السياحة فى الدول الإسلامية فى ظل الظروف المعاصرة

دكتورة

نهى ابراهيم خليل

دكتوراه الفلسفة فى السياحة والإرشاد السياحي والفندقة
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق
جامعة الإسكندرية



مؤسسة شباب الجامعة
40 ش د / مصطفى مشرفة
تليفاكس :4839496 الإسكندرية
Email:shabab_elgamaa@yahoo.com

السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة

دكتورة
نهي إبراهيم خليل
دكتوراه الفلسفة في السياحة والإرشاد السياحي والفندقة
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق
جامعة الإسكندرية

٢٠١٣

الناشر
مؤسسة شباب الجامعة
٤٠ شارع الدكتور مصطفى مشرفة
إسكندرية – تليفاكس : ٤٨٣٩٤٩٦
Email:Shabab_Elgamaa@yahoo.com

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي
لِلَّهِ رَبِّ ٱلْعَالَمِينَ * لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَٰلِكَ
أُمِرْتُ وَأَنَا۠ أَوَّلُ ٱلْمُسْلِمِينَ ﴾

الأنعام: ١٦٢-١٦٣

إهـــداء

إلى أمـــى

إلى أبـــى

إلـى أستـاذتـى

أ.د/ جليلة حسن حسنين

موضوع الكتاب

تواجه المقاصد السياحية عدد من التحديات التى تحد من قـدرتها على المنافسة فى السوق السياحية الدولية خاصة فى عصـر التكـتلات الاقتصادية .

ومن أجل مواجهة هذه التحديات ، يطرح الكتاب رؤيـة جديـدة للتعاون السياحى الممكن تنفيذه واقعياً بين (مصر – تونس – المغـرب) وذلك فى أنماط سياحية محددة ذات آفاق مستقبلية صناعة السياحة تضمن الحفاظ على الهوية الفريدة وتحسين الصورة السياحية لتلك المقاصد فـى ظل الدولة بما يسهم فى زيادة عوائدها السياحية وتنمية اقتصاداتها علـى الاجل الطويل

قائمة المحتويات

المحتـــــوى	الصفحـة

الصفحة	المحتوى
	الباب الثانى
١٤٩	**العوامل غير الاقتصادية المؤثرة على السياحة الدولية**
	فى الدول العربية الإسلامية
	الفصل الثالث
١٥١	**اثر العوامل السياسية علي السياحة الدولية**
	في الدول العربية الإسلامية
١٥٣	مقدمة..
١٥٣	تمهيد..
١٥٤	أولا: تحليل اثر العوامل السياسية علي اتخاذ قرار السفر.........
	ثانيا : رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في
١٦١	الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١١) ....
١٦١	أولا : الأحداث الإرهابية..
١٦١	أ) حادثة ١١ سبتمبر ٢٠٠١..
١٦٨	ب) بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب.....
	١ – تفجير كنيس غريبة اليهودي بجزيرة جربه بتونس ١١ ابريل
١٦٨	٢٠٠٢..
١٦٨	٢– تفجيرات الدار البيضاء ٢٠٠٣............................
١٦٨	٣– تفجيرات عمان ٩ نوفمبر ٢٠٠٥............................
١٦٩	٤– تفجيرات سيناء:..
١٦٩	أ – تفجيرات طابا ٧ أكتوبر ٢٠٠٤....................
١٦٩	ب–تفجيرات شرم الشيخ ٢٣ يوليو ٢٠٠٥..............
١٧٠	٥ – تفجيرات الحسين، والمتحف المصري.....................
١٧٠	- تفجيرات خان الخليلي ٧ ابريل ٢٠٠٥.................

المحتـــــوى	الصفحــة

المحتـــــوى	الصفحــة
الفصل الرابع	
تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية	١٨٥
في الدول العربية الاسلامية	

الصفحة	المحتوى

المحتـــــوى	الصفحـة

المحتـــــوى	الصفحـة

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الخرائط

مقدمـــة الكتـــاب

بسم الله الرحمن الرحيم

والصلاة والسلام على سيد الخلق أجمعين وبعد

تزخر المقاصد السياحية السياحية الإسلامية بعـــدد كبيـــر مـــن المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية التى تؤهلها لكسب نصيب كبير من حركة السياحة الدولية ، وتقديم منتجات سياحية قادرة على تلبية رغبـــات الشرائح المختلفة من السائحين ، رغم ذلك فإن هناك عدداً من العوامـــل الاقتصادية وغير الاقتصادية التى تحد من القدرة التنافسية لتلك المقاصــــد فى السوق السياحية الدولية خاصــــة فـــى عصـــر العولمـــة والتكـــتلات الاقتصادية لذا فإن الدراسة الحالية تستهدف تكثيف العمل المشترك فـــى تنمية السياحة الدولية والبيئية فيما بين تلك المقصد لتشكل معـــاً مقصـــداً أعظم متكاملاً خاصة بالنسبة للسائحين المحافظين القادمين مـــن الـــدول الإسلامية وكذا السائحين من أصـــحاب الاهتمامـــات الخاصـــة بالثقافـــة والتراث ، و ذلك وفق رؤية جديدة تطرح منتجات سياحية قـــادرة علـــى المنافسة فى السوق السياحى الدولى انطلاقاً من ملامحة المميزة مما يسهم فى زيادة أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى الدول الإسلامية .

وقد وقع اختيار الدراسة على ثلاثة مقاصد هى (مصر – تونس – المغرب) لتنفيذ الرؤية المقترحة وذلك بناء علـــى عـــدد مـــن الأســـس الاقتصادية والسياسية واستناداً لواقعها السياحى مع توضيح كافة المعوقات التى تحول دون تحقيق هدف الدراسة .

ثم كان من الضرورى تحديد الاثار المتوقعة من التعاون السياحى المقترح والتى تمثل الإضافة الحقيقية للمقاصد المختـــارة ، وأخيـــراً تـــم اقتراح نماذج لرحلات سياحية للمقصد الاعظم المقترح .

وفى النهاية فإننى اتقدم بالشكر لكل من ساعدنى فى إثراء الدراسة وادعو الله ان يكون هذا المجهود المتواضع معيناً للمسئولية والتنمية السياحية فى الدول الإسلامية فى ظل التحولات التى تشهدها صناعة السياحة فى ظل الظروف المعاصرة .

كما أدعوه سبحانه أن يتقبل جهدى هذا بقبول حسن بقدر اخلاصى نيتى فى إنجازه طوال فترة الدراسة .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

﴿ قُلْ هَٰذِهِۦ سَبِيلِىٓ أَدْعُوٓا۟ إِلَى ٱللَّهِ ۚ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا۠ وَمَنِ ٱتَّبَعَنِى ۖ وَسُبْحَٰنَ ٱللَّهِ وَمَآ أَنَا۠ مِنَ ٱلْمُشْرِكِينَ ﴾

صدق الله العظيم

سورة يوسف: الآية ١٠٨

المؤلفة

نهى إبراهيم خليل

الجزء الأول
(الدراسة النظرية)

البـــاب الأول
العوامل الاقتصادية المؤثرة على السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية

الفصـــل الأول
أثـر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية

الفصل الأول
أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية
فى الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

ظهرت فى نهاية القرن العشرين عدد من **المتغيرات الاقتصادية العالمية** المتشابكة التى تأثرت بها دول العالم المتقدمة، والنامية **مثل تحرير التجارة في السلع والخدمات، وبناء التكتلات الاقتصادية الكبرى.**

وتستهدف هذه المتغيرات بصورة رئيسية المزيد من حركة السلع والخدمات، وزيادة الاندماج بين اقتصادات العالم فى التجارة والتدفقات المالية، والعمالة، ونقل التكنولوجيا عبر الحدود الدولية. **وقد أدي ذلك إلي** تعقد النشاط الاقتصادى والمالى، وترابط الاسواق المالية كانها سوق واحد مما نتج عنه **حدوث الأزمات المالية العالمية**، وانتشارها خاصة في ظل تهميش دور الدولة من حيث الرقابة أو التنظيم للنشاط الاقتصادى **وكان أخرها الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨.**

وتعتبر السياحة الدولية من أكثر الأنشطة الاقتصادية تأثراً بتلك المتغيرات باعتبارها من أهم الأنشطة الخدمية التي تتعامل مع الاقتصاد الدولى. وفيما يلي سوف يتم استعراض اثر المتغيرات الاقتصادية العالمية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية باعتبارها دولا نامية، وتتضمن هذه المتغيرات: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، التكتلات الاقتصادية الإقليمية، الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨م.

تمهيد:

يستهدف هذا الفصل **التعرف علي الاثار الايجابية للمتغيرات السابق ذكرها علي السياحة الدولية** في الدول العربية الاسلامية، ومن جهة أخري يتم **إلقاء الضوء علي التحديات** التي تحملها تلك المتغيرات في **التأثير علي العوائد الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول**؛ حيث يعد ذلك نقطة البدء **من اجل تحديد إمكانيات التعاون** فيما بينها **في تنمية السياحة الدولية، والبينية** في ظل هذه المتغيرات من خلال الاستفادة باثارها الايجابية، **وتتضمن هذه المتغيرات**: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، التكتلات الاقتصادية الإقليمية، **الأزمة** المالية العالمية ٢٠٠٨م.

ويبدأ الفصل أولا بتحديد **ماهية الدول العربية الإسلامية**، ثم استعراض **اثر تلك المتغيرات علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.**

أولا : ما هي الدول العربية الإسلامية؟

يعبر مفهوم الدول العربية الإسلامية عن **مجموعة دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقية الناطقة بالعربية Arab Speaking MENA Region، وهى وفقاً لتقسيم الأمم المتحدة (*) جزء من منطقة الشرق الأوسط الكبير Expanded Middle East (EME)** والذي يضم الدول التالية:

١- **مجموعة دول جنوب البحر المتوسط الأوروبية (قبرص – تركيا – إسرائيل)(**)**

٢- **مجموعة دول شمال أفريقيا (الجزائر – المغرب – تونس – السودان) (***)**

---

* هذا هو نفسه تقسيم منظمة الأمم المتحدة للسياحةUNWTO .

** سوف تقتصر الدراسة علي مجموعتي الشرق الأوسط و شمال افريقية باعتبارها دولا عربية إسلامية.

*** لمزيد من المعلومات عن شمال أفريقيا راجع :
(.wikipedia.org), accessed: Sep., 2010.

٣- مجموعة دول الشرق الأوسط (مصر - البحرين - العراق - الأردن - الكويت - لبنان - ليبيا- عمان - قطر - السعودية - سوريا - الإمارات - اليمن).

وتبلغ مساحة المنطقة حوالي ١٨ مليون كم مربع و تتمثل الدول العربية الإسلامية في المجموعتين الأخيرتين و هي تحتل حوالي ٧٧ % من المساحة الكلية لمنطقة الشرق الأوسط الكبير بما يعادل ١٣.٩ مليون كم مربع.[١]

ووفقاً للجغرافيا الإقليمية فان **الدول العربية الإسلامية تشكل معاً إقليماً حضارياً Cultural region** وينشأ التجانس فيما بينها **على عدة أسس كاللغة المشتركة، التاريخ المشترك، طرق الحياة، والنظم الاجتماعية وأنماط السلوك، بخلاف الدين الإسلامى** الحنيف الذي يدين به غالبية سكان هذه الدول، [٢] **وينعكس كل ذلك بالضرورة على كافة جوانب النشاط الاقتصادى ومنها السياحة الدولية.**[٣]

وقد ظهرت فى نهاية القرن العشرين عدد من المتغيرات الاقتصادية العالمية المتشابكة والتي كان لها بالغ الأثر علي السياحة الدولية خاصة في الدول النامية و منها الدول العربية الإسلامية.

وفيما يلي سوف يتم استعراض اثر المتغيرات الاقتصادية العالمية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وتتضمن هذه المتغيرات: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، التكتلات الاقتصادية الإقليمية،الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨م.

١- فتحي أبو عيانة، **الجغرافيا الإقليمية: دراسة لبعض الأقاليم الكبرى فى العالم**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠، ص ص ٢٥، ٢٦.

٢- نفس المرجع السابق، ص٢٣، ٤٠، ٤١

3- Aziz, H., "The journey: an overview of tourism & travel in the Arab/ Islamic context" , in Harrison, D. (ed.), ***Tourism & the less developed world : issues and studies***, London: Cabi Publishing, 2004, , P. 151.

ثانيا: اثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

١ـ اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats:

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بدأت عدد من دول العالم تتخذ خطوات نحو تحرير التجارة الدولية السلعية فتم عقد الاتفاقية العامة للتعريفة والتجارة (GATT) وذلك فى بداية عام١٩٤٨م، وقد نظمت هذه الاتفاقية عدداً من اللقاءات الدورية، كان أخرها عام ١٩٨٦م والتى عقدت فى أورجواى وأنهت أعمالها فى مراكش ١٩٩٤ بعقد اتفاقية منظمة التجارة العالمية World trade organization(WTO) والتى حلت محل اتفاقية الجات وقد تم إدخال تجارة الخدمات تحت مظلة الحرية التجارية حيث عقدت اتفاقية تحرير تجارة الخدمات

General agreement of trade in services) GATS) [١]

وتعد اتفاقية **GATS** أول اتفاقية دولية متعددة الأطراف تستهدف تحرير تجارة الخدمات من كافة القيود التي تعترضها **وتغطى الاتفاقية١٢ قطاعاً خدمياً** [٢] **أهمها** الخدمات المالية، خدمات النقل، خدمات الاتصالات والمعلومات، الخدمات المهنية، خدمات قطاع التشييد والبناء والخدمات الهندسية، والنقل الجوى، انتقال العمالة وكذا **الأنشطة السياحية أو (خدمات السياحة والسفر).** [*]

١- جليلة حسنين، ، اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats وآثارها المحتملة مستقبلاً على النشاط السياحى الدولى وإيراداته فى مصر"، في : جليلة حسنين "المحرر"، ***مقالات فى التنمية السياحية***، الإسكندرية : دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ١٠٥ .

٢- ملخص بشأن اتفاق التجارة فى الخدمات :

www.tas.gov.eg/NR/rdonlyres/...D813.../SummaryofGATSArabic.doc , accessed : Sep., 2010

وتوجد أيضا خدمات أخري داخل الاتفاقية مثل الخدمات الترفيهية و الثقافية والترفيهية، وخدمات التعليم، والتوزيع.

* و هي المعني بها البحث الحالي.

ووفقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية (UNWTO) تمثل السياحة أحد أهم الأنشطة الخدمية بما يعادل ٣٠%[١] من حجم صادرات الخدمات فى العالم والتي تقدر بحوالي ٨٥٢ مليار دولار وذلك وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩،[٢]**وتختلف الخدمات السياحية عن غيرها من الخدمات بالتعدد والتنوع، وعدم التجانس**؛ لذا فقد كان هناك اختلاف فى تحديد قواعد تحريرها بين الدول المختلفة خاصة وأن الاتفاقية لم تقم بتخصيص ملحق مستقل لقطاع السياحة.

ورغم ذلك فإن الاتفاقية وضعت عدة مبادئ أساسية[٣] تمثل التزامات عامة بشأن تحرير التجارة الدولية فى الخدمات ومنها الخدمات السياحية .

اولا: مبادىء الاتفاقية:

(أ) مبدأ الدولة الأولي بالرعاية (المساواة وعدم التمييز): ويقصد به قيام كل دولة عضو بمنح الخدمات السياحية ومورديها من أي دولة عضو أخرى فوراً ودون شروط معاملة لا تقل رعاية عن تلك التى تمنحها للخدمات السياحية ومورديها من أي دولة أخرى. كما أن ما تتعهد به

1- UNWTO, http://www.unwto.org/index.php , accessed: Oct., 2009.

2- UNWTO, http://www.unwto.org/index.php, accessed: Sep, 2010.

٣- تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية :

- المعهد العربي للتخطيط، احمد طلفاح،" اتفاقية الجات و نتائج دولة أورجواي (www.arab-api.org/course31/pdf/P5628-1.pdf), accessed: Sep., 2010.
- المملكة العربية السعودية، منتدى الرياض الاقتصادي،" جاهزية القطاع الخاص للانضمام لمنظمة التجارة العالمية"، ديسمبر ٢٠٠٥ :

(www.riyadhforum.net/Upload/**PowerPoint**File_1395_80.**ppt**), accessed Sep, 2010

- ملخص بشأن اتفاق التجارة فى الخدمات، مرجع سابق .
- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة(١٩٧٤ – ١٩٩٩)،(**السياحة واتفاقية التجارة الخدمات الجاتس**")، المجلد الخامس والعشرون، ص٢٣١.
- جليلة حسنين،مرجع سابق، ص ١٠٧

الدول الموقعة على الاتفاقية من إزالة أو تخفيض لقيود الحرية التجارية في الخدمات السياحية يكون مشروطاً بحصولها على عروض مماثلة من البلاد الأخرى.

(ب) **مبدأ شفافية الحماية:** وهذا المبدأ يلزم الدول الأعضاء الموقعة على الاتفاقية بنشر وإتاحة كل ما يتعلق بنشاط الشركات السياحية من تشريعات ولوائح وقوانين وقرارات إدارية وتنظيمية مما يعني قيام الشركات السياحية الأجنبية بتأسيس وممارسة نشاطها وفق أسس وإجراءات وضوابط متساوية مع الشركات الوطنية.

(ج) **المعاملة الوطنية:**

ويقصد بها عدم التمييز في المعاملة بين موردي الخدمة الوطنيين وموردي الخدمة الأجانب، وهو ما يضمن أن المورد الأجنبي يحصل على نفس المعاملة التي يحصل عليها المورد المحلي ويعني ذلك مساواة جميع الأشخاص (طبيعيين ومعنويين) في النفاذ للأسواق وشروط العمل، وظروف التشغيل في السوق الوطنية، والتمتع بكافة المزايا والإعفاءات، وبالتالي فإن ذلك يسمح للشركات السياحية والفندقية الأجنبية خاصة الشركات دولية النشاط (*) من ممارسة نشاطها داخل الدول الأعضاء في الاتفاقية وذلك بالمساواة مع الشركات الوطنية دون أن تتمتع الأخيرة بأية معاملة تفضيلية.

(د) **النفاذ إلى الأسواق:**

ويقصد به الشروط التي يسمح على أساسها لمورد الخدمة الأجنبي بتوريد الخدمة داخل أسواق دولة أخرى، ولا يعني ذلك بالضرورة التحرير

---

* اختلف الاقتصاديون حول مفهوم هذه الشركات الا انها من الممكن تعريفها علي انها مشروع يمارس انشطة متنوعة في أكثر من دولة المقر الرئيسي لأدارته يقع في أحد الأقطار في حين إن أعمال المشروع تجرى في عدة أقطار أخرى أيضا وتوصف بالأقطار المضيفة بغض النظر عن جنسية المشروع اذ قد تتعدد جنسيات ملكية المشروع فتصبح الشركة متعددة الجنسية وتعمل هذه الشركات على نطاق عالمي فيما وراء الحدود القومية.

الكامل لكافة الخدمات السياحية أو أشكال توريدها، ويمكن ترجمة ذلك عملياً من خلال الاحتفاظ ببعض القيود أو التحفظات على مبدأ النفاذ إلى الأسواق.

(هـ) **مبدأ الاستطراد فى حرية التجارة** : يعنى ذلك تعهد الدول الأعضاء فى الاتفاقية بتطبيق مستويات الحماية المخفضة التى توصلت إليها الاتفاقية واستكمال التفاوض من أجل إزالة العقبات تدريجياً أمام تحركات الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون فى النشاط السياحى عبر الحدود ويمكنهم من الإقامة فى الدولة التى يتم فيها ممارسة النشاط، وإزالة جميع القيود الرسمية أمام تحركات رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية فى المشروعات السياحية. (١)

وقد أشارت دراسة (Sr, D.L.E , 1995)(٢) إلى ضرورة بذل الدول الأعضاء للمزيد من الجهد لتحرير تجارة الخدمات السياحية والقضاء على العقبات التى تحول دون ذلك بما يسهم فى تحقيق آثار اقتصادية إيجابية للسياحة الدولية في المقاصد السياحية المختلفة تتمثل في تنشيط السياحة الدولية وبالتالى تعظيم الدور الذى تلعبه السياحة فى خلق فرص العمل، وزيادة الدخل القومى.

ثانيا :شروط تحقيق اثار ايجابية للاتفاقية :

يشترط لتحقيق آثار إيجابية لتطبيق الاتفاقية وجود منافسة عادلة تتجنب الدعم الحكومى والإغراق (٣) والاحتكار بالإضافة إلي إمكان حل النزاعات بالطرق الواقعية من خلال التفاوض مع توفير استثناءات ومعاملة تفضيلية مؤقتة للدول النامية هذا بخلاف ضرورة وجود درجة من الامن و الامان وسيادة السلام والاستقرار(٤)**وقد تناولت عدد من الدراسات تحليل آثار**

١- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٠٧.

2 - Sr, D.L.E, "A barrier -free future for tourism," ***Tourism management***, Vol. 16, No.2 , 1995, PP. 109-110

٣- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥، ٢٢٦

٤- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ص ١٢٢-١٢٣.

اتفاقية Gats على تجارة الخدمات السياحية في الدول النامية و منها دول الشرق الأوسط و شمال افريقية والتي تتمثل فيها غالبية الدول العربية الإسلامية.

فقد توصلت دراسة (جليلة حسنين ١٩٩٩)[١] إلى أن تطبيق الاتفاقية فى دولة نامية كمصر سوف يسهم فى زيادة نصيب مصر النسبى من الإيرادات السياحية فى منطقة الشرق الأوسط اعتمادا علي ما تتمتع به من امكانيات سياحية طبيعية وثقافية، إلا أن الدراسة أشارت إلى ان الاثر السلبي لتطبيق الاتفاقية يتمثل فى إعادة توزيع الإيرادات السياحية المحققة من النشاط السياحى فى غير صالح المشروعات الوطنية نظراً لما تمتلكه المشروعات الأجنبية من مقدرة تنظيمية وتكنولوجية بخلاف ارتفاع الوزن النسبى لها فى ملكية رأس المال للمشروعات المشتركة.

كما توصلت دراسة المجلس القومى للإنتاج والشئون الاقتصادية ١٩٩٩ من خلال تحليل العلاقة بين السياحة واتفاقية جاتس علي الدول النامية ان لتطبيق الاتفاقية اثاره السلبية والايجابية علي السياحة الدولية وقد اوصت بضرورة زيادة جودة المنتج مع اتخاذ خطوات نحو التعاون السياحى العربى بالاضافة الي ضرورة تعديل التشريعات السياحية وذلك من اجل تعظيم الاثار الايجابية للاتفاقية وتقليل اثارها السلبية.[٢]

أشارت أيضاً دراسة أخرى قام بها مركز المعلومات و دعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري بإشراف د. علا الخواجة٢٠٠٦[٣] إلى أن الاتفاقية تعد إطاراً مساعداً لزيادة تنافسية القطاع السياحى المصرى وجذب الاستثمارات الأجنبية بينما ترى أن معوقات درجة التنافسية في ظل الاتفاقية تكمن في وجود مشكلات جودة وكفاءة البنية الأساسية وانخفاض كفاءة العاملين بالمجال السياحى.

---

١ – نفس المرجع السابق، ص ١٢١.

٢- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠) ، مرجع سابق،" ص ص ٢٣٤-٢٣٥.

٣- مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، "اثر اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات علي قطاع السياحة المصري"، إشراف : علا الخواجة، الإصدارة الأولي، أكتوبر ٢٠٠٦ ، ص.١.

يتبين من خلال عرض الدراسات السابقة أنه علي الرغم من وجود بعض الايجابيات الممكن الاستفادة منها جراء تطبيق الاتفاقية (وفق الشروط التي تم ذكرها سالفا) الا ان آثار الاتفاقية غالبا لن تكون في صالح الدول النامية؛ اما لأسباب متعلقة بطبيعة الاقتصاد الدولي، او لأسباب متعلقة بالظروف الاقتصادية، ومستوي التنمية السياحية في الدول التي تناولتها بالدراسة، و كانت غالبيتها من الدول العربية الإسلامية.

وبناء علي ما تم عرضه سابقا، يحسن استخلاص **عدد من العوامل يمكن من خلالها تحليل الآثار المحتملة للاتفاقية** سواء أكانت إيجابية أو سلبية **على السياحة الدولية الموقعة على الاتفاقية ومنها الدول العربية الإسلامية** و هي كما يلي:

<u>ثالثا :عوامل تحليل الاثار المحتملة للاتفاقية</u>

<u>(أ) الإمكانيات السياحية المحتملة:</u>

وتعنى مدى امتلاك الدولة لمزايا سياحية نسبية؛ حيث انه كلما توفرت للدولة **مقومات سياحية** سواء أكانت **طبيعية أو ثقافية**، كلما زادت الإستثمارات السياحية الأجنبية. وكلما **تمتعت المشروعات السياحية بوفرة الأيدى العاملة الوطنية الماهرة فنياً وإدارياً وتسويقياً**، أو زادت **حجم مساهمة المشروعات السياحية الوطنية** إلي إجمالي رأس المال. كلما أدي ذلك إلي **زيادة النصيب النسبي للدولة من الإيرادات السياحية** في ظل تطبيق الاتفاقية.

<u>(ب) درجة الاعتماد علي الاستيراد :</u>

وتعنى انه **كلما ارتفعت درجة اعتماد قطاع السياحة الوطني على استيراد السلع والمستلزمات** السياحية والفندقية، **كلما زادت حجم التسربات من الإيرادات السياحية**، وبالتالي يتاثرالعائد الصافي من السياحة الدولية ؛ خاصة في ظل ظروف المنافسة الدولية التي تقتضيها احكام الاتفاقية بين المشروعات السياحية الوطنية، والاجنبية خاصة في الدول النامية .

(ج) الإطار التشريعى :

وتعنى انه **كلمـا تميـزت التشـريعات والسياسـات السـياحية بمساندتها لاقتصاد السوق الحر، – خاصة بالنسبة لأحكام الاتفاقية– كلما أمكن تفعيل الاتفاقية و الاستفادة من جوانبها الايجابية علـي السـياحة الدولية،** مثل دعم الاتفاقية لزيادة دور القطاع الخـاص والاسـتثمارات الاجنبية في تمويل وإدارة المشروعات السياحية.

(د) درجة الاستقرار السياسي والاقتصادي :

ويعني ذلك انه **كلما تـوفرت درجـة عاليـة مـن الاسـتقرار الاقتصادي، وعدم وجود الأزمات المالية، وكلما ارتفعت درجة الاستقرار السياسي،** وعدم وجود الصراعات الداخلية، والإقليمية للدولة مع الـدول المجاورة او غيرها، **كلما أدي ذلك إلي جذب السياحة الدولية للمنطقـة بأسرها مما يعني الاستفادة من مميزاتها الطبيعية والثقافية، وكذلك جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية** وفقا لما تقتضيه مبادئ الاتفاقية من النفاذ للأسواق خاصة أن السياحة الدولية تتسم بالحساسية للازمات أيـا كـان نوعها(*) والتي تؤدي بالضرورة الي التاثيرسلبا علي التدفقات الاستثمارية خاصة الأجنبية منها.

(هـ) التعاون الإقليمي:

وتعنى انه كلما زاد مستوى ودرجات التعاون الاقتصادي عموما، والسياحي علي وجه الخصوص بين الدول المتجاورة ابتداءً من الاتفاقيات الثنائية وصولاً إلى عضوية الدولة فى تكتل سياحى كلما انعكـس ذلـك إيجابا علي حجم السياحة البينية والدولية الوافدة إلي الدول أعضاء التكتل خاصة وان اتفاقية الجاتس تستثني من مبدا الدولة الاولي بالرعاية الدول المنضمة للتكتلات من اجل تشجيع تحرير الخدمات السياحية فيما بينها بما يتوافق مع احكام الاتفاقية.(**)

وبجانب هذه العوامل فإن انضمام أى دولة للاتفاقية لا يعنـى أن يتم ذلك ضد ما تقتضيه ظروفها الاقتصادية، ومصالحها خاصة بالنسـبة

---

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الفصل الثالث.

** سوف يتم تناول ذلك لاحقا بالتفصيل في هذا الفصل

للدول التي تنخفض قدرتها التنافسية فى مجال الخدمات السياحية؛ [1] **لـذا تتحكم الدولة فى ذلك من خلال عدد من الإجراءات** مثل:

- وضع قيود على نسبة ملكية رأس المال الأجنبـي لمشـاركة رأس المال الوطنى خاصة مع وجود تكتلات واندماجات أفقية وراسـية بين شركات السياحة الأجنبية في الخارج ممـا يعنـي ضـخامة الإمكانيات المالية والفنية والإدارية لها بالمقارنـة بالمشـروعات السياحية الوطنية في الدول النامية عموما.
- تحديد نسبة ملكية أراضى الدولة للأجانب.
- تحديد عدد الأشخاص الطبيعيين الذين يجوز تـوظيفهم وترتيـب انتقالهم عبر الحدود.
- إجراء **اختبار الحاجات الاقتصادية.** [*] وكلها تضع محددات للنفـاذ للأسواق والمعاملة الوطنية. [2]

ووفقاً لما سبق من عوامل يمكن تحديد الآثار الايجابية والسلبية للاتفاقية علي السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية كدول نامية.

رابعا : الآثار السلبية والايجابية للاتفاقية علي السياحة الدولية في الـدول العربيـة الاسلامية

أ- الآثار السلبية:

١- أن ارتفاع الوزن النسبى لرأسمال الشركات الأجنبية دولية النشاط في المشروعات السياحية في مقابل رأس المال الوطني، و ما تمتلك من تفوق في المعرفة الفنية في مقابل المشروعات الوطنية **خاصة مـع ضعف القدرات التمويلية** للاخيرة، وضيق امكانيات التمويل امامهـا

١- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسـوعة المجـالس القوميـة المتخصصة(١٩٧٤ – ١٩٩٩)، **تقريرعن(السياحة واتفاقية التجارة في الخـدمات الجاتس)**، مرجع سابق، ص٢٣١.

* ويقصد به دراسة الدولة لمدي قدرة السوق المحلي علي استيعاب دخول عدد مـن موردي الخدمات قبل بدء النشاط او الدخول للسوق وهو يخضع للمشاورات بـين الدولة والدول الاخري، نفس المرجع السابق، ص ٢٢..

٢- مجلـس الوزراء، ، مرجع سابـق، ص٢٢،٢٧

بالمقارنة بالمشروعات الاجنبية التي يزيد الاقبال علي تمويلها من قبل البنوك، و مع انخفاض القدرة التنافسية لغالبية الدول العربية الاسلامية في البنية الاساسية لتكنولوجيا المعلومات علي وجه الخصوص(*)، فان كل ذلك يؤدى إلى توزيع أرباح النشاط السياحى لغير صالح قطاع السياحة الوطنى(١) .

٢- إن حرية انتقال العمالة الأجنبية وإقامتها تعنى تحويل أجور، ونسب أرباح الخبراء والعاملين الأجانب إلى خارج الاقتصاد الوطني خاصة وأن أغلبهم من العاملين بالإدارة العليا والذين يحصلون على أجور مرتفعة تفوق الأجور التى يحصل عليها الوطنيون فى وظائف الإدارة الأدنى.(٢) مما يعني زيادة حجم تسربات النقد الأجنبي عبر هذه التحويلات. كما ان ما تفتقده الدول العربية الإسلامية كدول نامية من إمكان الاعتماد على الذات يعنى اعتماد الدول بشكل رئيسى على استيراد المستلزمات الفندقية خاصة وأن بعض السلاسل الفندقية العالمية فى عقود الإدارة التى تبرمها مع الدولة السياحية تشترط على المالك الوطنى استيراد بعض المستلزمات والمعدات من شركات معينة في الخارج، هذا بخلاف ما تقوم بتحديده من نسب أرباح مرتفعة داخل العقود و كذا رسوم الإدارة.(**) مما ينعكس بالضرورة علي انخفاض العائد الصافي للسياحة الدولية.

٣- إن التكتلات والاندماجات بين شركات السياحة ومنظمى الرحلات الأجانب والتى تقع مقارها الرئيسية –غالباً– داخل الدول المصدرة للسائحين تعنى استقطاع قيمة مدفوعات الرحلات الشاملة عند المنبع مما يعنى حرمان الدولة السياحية من جزء كبير من الإيرادات السياحية.

---

* سوف يتم التعرض لذلك بالتفصيل في الفصل الخامس.

١- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٢١

٢- محيا زيتون، السياحة فى مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، القاهرة : دار الشروق،٢٠٠٢، ص١٨٥

** لمزيد من المعلومات راجع محيا زيتون، المرجع السابق، ص ص ١٨٠ – ١٨٣

٤- تنميط المنتج السياحي لارضاء رغبات و تفضيلات السائحين وفقـا للمكاسب الاقتصادية للشركات الاجنبية بصورة من الممكن ان تؤثر علي الصورة السياحية بحيث يمكن ان تدرك بعض المقاصد علـي انها رخيصة نسبيا نتيجة لقدرة هذه الشـركات علـي الـتحكم فـي الاسعار، كما يمكنها من خلال قدرتها علي الـتحكم فـي اتجاهـات الطلب السياحي الدولي ان تقوم بالترويج لبعض الانمـاط السـياحية بغض النظرعن الاعتبارات الثقافية مما قد ينعكس سلبا علي الهويـة المميزة للمقاصد العربية الاسلامية خاصة تلك التي تعتبر السـياحة احدي اولويات التنمية الاقتصادية.

٥- كذلك فان غالبية الوظائف التي توفرها الشركات السياحية الاجنبيـة للمواطنين المحليين هي للعمالة غير الماهرة غالبا، وفى ظل استحواذ الشركات السياحية الكبري علي السوق السياحي فإن ذلك قد يـؤدى إلى ضيق السوق امام الشركات الوطنية غير المؤهلة للبقاء في ظل منافسة غير متكافئة مما قد ينجم عنه تسريح العمالة و زيادة حجـم البطالة. [١]

وتؤدى العوامل السابقة إلى زيادة حجم التسربات من الإيرادات السياحية وبالتالى عدم إمكان الدول العربية الإسلامية من الاستفادة مـن إمكاناتها السياحية الطبيعية و الثقافية، ليس ذلك فقط و انما عدم اسـتفادة الاقتصاد الوطني من العوائد السياحية بالصـورة المرجـوة خاصـة ان الشركات الاجنبية تميل لاستيراد معظم مستلزماتها من الخارج مما يقلـل احتمالات التكامل الامامي و الخلفي مع الاقتصاد المحلي.

ب- الآثار الايجابية

تحمل الاتفاقية عدداً من الفرص أمام إمكان تنمية القطاع السياحي ممـا يمكن الدول العربية الاسلامية من الاستفادة من امكانياتها السياحية (فـي

١- يسرا عطية محمد عطية سعيد، الاثار الاقتصادية للشـركات السـياحية عـابرة القوميات علي النشاط السياحي في الدول النامية (بالتطبيق علي النشاط السـياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشـورة، كليـة السـياحة و الفنـادق، جامعـة الاسكندرية، ٢٠٠٧، ص ص ٢٠٩، ٢١٠، ٢١٣، ٢١٤

ظل الشروط التي ذكرت سابقا) والتي تضمن تحقيق الاثار الايجابية التالية:

١- **زيادة الطلب السياحي الدولي علي الدول العربية الإسلامية**؛ نتيجة ما تمتلكه الشركات السياحية دولية النشاط من معرفة وخبرة بالاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة الي الدول النامية عامة بصورة اكبر نسبيا من المشروعات الوطنية، وكذلك لما تمتلك من قدرة فنية وتكنولوجية ومالية وتنظيمية بما يمكن من رفع مستوي الخدمات السياحية في الدولة المضيفة عبر ما تمتلك من مشروعات سياحية ومؤسسات اقامة. هذا بالاضافة الي ما تقوم به من انشطة دعائية للمقاصد المضيفة ومقوماتها السياحية، تستغل فيها كل امكانياتها التسويقية سواء معرفتها برغبات و توقعات السائحين الحاليين والمحتملين، أو اسمها وشهرتها وعلامتها التجارية المعروفة عالميا.[١]

٢- الاستفادة من انتقال الخبرة الفنية والإدارية والتكنولوجية من خلال الاحتكاك بين الشركات الوطنية والأجنبية.[٢]، مما يعني إمكانية رفع كفاءة ومهارة العاملين الوطنيين من خلال قيام الشركات السياحية والفندقية الأجنبية بتدريبهم على الوظائف المختلفة . ومع قيام الدول العربية الإسلامية الموقعة علي الاتفاقية بوضع بعض القيود حول وجود العمالة الأجنبية مثل قيام مصر بتحديد نسبة ١٠% فقط من العمالة الأجنبية داخل فروع المنشآت السياحية، وقيام المغرب والأردن بتحديد فترة زمنية معنية للإقامة تصل إلى ٩٠يوماً فان ذلك يعني محدودية أثر الاتفاقية على العمالة خاصة مع اقتصار التوظيف على بعض وظائف الإدارة العليا والوظائف الفنية والمتخصصة بشرط عدم وجودها بين أصحاب الجنسيات الأردنية والمغربية وكذلك قيام الأردن بوضع قيود حول وظائف الإرشاد السياحى. [٣]

١- نفس المرجع السابق، ص ص ٢٠٧، ٢٠٨

٢- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٢٢

٣- مجلس الوزراء، مرجع سابق، ص٣٢، ٣٧، ٤٠

٣- توفير بيئة تشريعية وقانونية تحتوى قدراً من الشفافية والمصداقية فى ظروف السوق الدولية وذلك من خلال قيام الدول بتعديل نظمها الضريبية، وقوانين الاستثمار مع إمكان تخفيف الإجراءات الإدارية والروتينية من أجل تشجيع الاستثمارات الأجنبية. [١] بالاضافة الي تفعيل دور القطاع الخاص وزيادة مساهمته فى إدارة المشروعات السياحية .

٤- إتاحة الفرصة أمام اتخاذ خطوات نحو **إقامة تكتل سياحى بين الدول العربية الإسلامية** من خلال إقامة اندماجات أفقية ورأسية بين المشروعات السياحية المختلفة، ووضع إستراتيجية تسويقية مشتركة، وهذا يعنى من ناحية أخرى اتفاق المصالح الاقتصادية و الذي يؤدى إلى نبذ الخلافات السياسية وبالتالي القضاء تدريجياً على الصراعات الإقليمية، مما يزيد القوة فى مواجهة الاستثمارات الأجنبية المتمثلة فى الشركات متعددة الجنسيات نتيجة زيادة حجم السياحة البينية والاستثمارات المشتركة[٢] بين الدول أعضاء التكتل خاصة في ظل وجود عدد كبير من التكتلات الاقتصادية الإقليمية سواء فيما بين الدول النامية أو المتقدمة.

وفيما يلي سوف يتم استعراض الآثار الايجابية والسلبية لهذه التكتلات علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

٢ـ التكتلات الاقتصادية الإقليمية :

تعتبر التكتلات الاقتصادية الإقليمية من أهم المتغيرات الاقتصادية التى تواجه الدول العربية الإسلامية فى الوقت الحالى، فمنذ انهيار منظومة الدول الاشتراكية والتحول إلى الاقتصاد الحر بدأت تسعى عدد من الدول المتقاربة جغرافيا والتى تجمعها روابط تاريخية أو اقتصادية

١- شريف دولار، مرجع سابق.

٢- عمر صقر، "آثار العولمة على اقتصاديات الدول العربية فى شمال أفريقية ومجلس التعاون الخليجى"، ***المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية- كلية التجارة وإدارة الأعمال – جامعة حلوان***، العدد ٣، ٤، ٢٠٠٢، ص ٢٨٩.

إلى القيام بعدد من الترتيبات الإقليمية، وتقسيم العمل فيما بينهما من أجل تعميق المصالح الاقتصادية المشتركة و الاستفادة من مزايا الاقليم و خبراته ولا فرق فى ذلك بين الدول النامية والمتقدمة. (١)

وتعرف التكتلات الاقتصادية بأنها "تجمع اقتصادى لمجموعة دول تعتبر الجغرافيا الأساس الموضوعى لاتحادها والحصول على مكاسب ومزايا فى الاقتصاد العالمى الهدف المنشود لها وذلك لزيادة رفاهة شعوبها وتعزيز مكانتها بين الدول".(٢) وفيما يلى يتم عرض اسباب نشاة هذه التكتلات.

اولا اسباب نشاة التكتلات الاقتصادية الإقليمية:

أ- **صعوبة قيام أى دولة خاصة الدول النامية** بتحقيق تنمية اقتصادية بمفردها (٣) في ظل اتفاقيات تحرير التجارة الدولية فى السلع والخدمات، ومواجهة منافسة الشركات دولية النشاط ذات الامكانات التمويلية و التسويقية و الفنية الضخمة مما يمكنها من السيطرة على نصيب كبير من السوق الدولية وضغطها المستمرعلى الحكومات من أجل تسهيل انتشارها وسيطرتها على الأسواق الأخرى بما يحقق مصلحتها؛ اذ تقتضي هذه الظروف الانخراط فى تكتل إقليمى مما يمكن الدول من الاعتماد الجماعى على الذات، والتغلب علي عقبة ضيق السوق المحلية، بدلا من المنافسة وسياسة إفقار الجار Beggar-Thy-Neighbor policy .(٤)

١- على كنعان، "الإقليمية الجديدة والمفتوحة: "الأوسطية والمتوسطية"، فى: أحمد برقاوى وآخرون، *الدولة الوطنية وتحديات العولمة فى الوطن العربى*، القاهرة : مكتبة مدبولى، ٢٠٠٤، ص ص ٦٩-٩٧

٢- المرجع السابق، ص ٧٧.

٣- فلاح خلف الربيعى،" التكتلات الاقتصادية فى الدول المتقدمة والنامية "، *الحوار المتمدن*، العدد ٢٣١٠، ٢٠٠٨/٦/١١

(http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=137574, accessed: Oct.2009.

٤- لغة التجارة -قائمة بالمصطلحات التجارية :

http://www.america.gov, accessed: May, 2009.

وتعد سياسة افقار الجار اسلوب عمل تحاول من خلاله دولة ما ان تزيد من الناتج المحلي و تخفض البطالة عن طريق رفع التعريفة الجمركية مع تبني بعض السياسات الحمائية الاخري تجاه الدول المجاورة.

ب- اشتداد المنافسة بين الدول المتقدمة اقتصادياً من أجل الحصول على أكبر قدر من المنافع الاقتصادية مما ادي بها الي تكوين مثل هذه التكتلات.

وتثير أسباب نشأة التكتلات الاقتصادية مسألة هامة هي **مدي التوافق أو التعارض بين وجود مثل هذه التكتلات وبين اتفاقيات تحرير التجارة العالمية** إذ أن اتفاقيات تحرير التجارة تنطوي علي عدم وجود أي نوع من الحماية في المعاملات التجارية في اتفاقيات تحرير التجارة سواء في السلع أو الخدمات، في حين أن هذه التكتلات تتضمن علي وجود معاملة تفضيلية للدول أعضاء التكتل في المعاملات التجارية كما تفترض تبادل المزايا بين الدول أعضاء التكتل وفرض سياسات حمائية تجاه الأطراف الأخرى غير المنتمية لها، سواء كانت دولا منفردة أو تكتلات مماثلة.

ووفقا لدراسة راندا صلاح الدين عطية ٢٠٠٩ تستطيع دول العالم أن تتعايش فى ظل كتل منغلقة خارجياً ومنفتحة بين أعضائها مما يعلن بقاء الإقليمية خالدة مدى الحياة، أما النظام التجارى المتعدد الأطراف لن يكون له وجود فى حالة عدم انفتاح تلك الترتيبات والذى يدعو للقول بأن للتعددية وجودا طالما سمحت لها الإقليمية بذلك.(١)

ولذا فقد خلصت دراسة **عمر سالمان** ٢٠٠٧ الي ان اية اتفاقات اقليمية هي في الواقع قوة داعمة، لاحراز الاندماج الاقتصادي العالمي.(٢)

كما اكدت دراسة محمد الشافعي ٢٠٠٥ الي ان الاتفاقات التجارية الاقليمية لا تتعارض مع الجاتس كاتفاق تجاري عالمي و انما هي وسيلة للوصول الي تحرير التجارة العالمية.(٣)

١- راندا صلاح الدين محمد عطية، التنافس بين الإقليمية و التعددية نحو تحرير التجارة الدولية (دراسة مقارنة) :ملخص رسالة ماجستير، المجلة العلمية للبحوث و الدراسات التجارية، العدد الرابع، ٢٠٠٩، ص ١٦٣.

٢- عمر سالمان، "جدوي التحول الي اتحاد جمركي عربي في ظل الاتجاهات الحديثة للاقليمية "، ***مجلة المحاسبة و الادارة والتامين كلية التجارة جامعة القاهرة***، العدد الثامن والستون، ٢٠٠٧، ص ص ١٨٧ - ٢٤٠.

٣- محمد ابراهيم محمود الشافعي، "الاتفاقات التجارية الاقليمية و تاثيرها علي النظام التجاري العالمي"، ***مجلة الامن والقانون - الصادرة عن اكاديمية شرطة دبي***، العدد الاول، يناير ٢٠٠٥ ص ص ٦٨- ١٢٤.

ويؤيد ذلك **أيضا عماري عمار**[1] الذي يري انه لا تعارض بين وجود التكتلات الاقتصادية وبين اتفاقيات تحرير التجارة إذا ما تم التنسيق بين سياساتها، وعلاقاتها الاقتصادية التجارية تجاه العالم الخارجي.

وهذا ايضا ما اشارت اليه **دراسة اماني فاخر ١٩٩٧** حيث اكدت ان وجود التكتل الاقليمي لا يتعارض مع توجهات تحرير التجارة، وذلك وفقا لشروط ودرجة انفتاح التكتلات الاقتصادية بما يتوافق مع احكام منظمة التجارة العالمية التي تقوم اساسا علي تشجيع الاستثمار الاجنبي المباشر.[2]

وفي الواقع فان اتفاقيات تحرير تجارة السلعGATT والخدمات GATS ذاتها تستثنى من مبدأ الدولة الأولي بالرعاية الدول التي تنتمي إلى تكتل اقتصادي معين والدول الأعضاء في الاتحادات الجمركية ومناطق التجارة الحرة وما تمنحه لبعضها من تفضيلات وكذلك الحماية التي تفرضها الدول النامية على صناعاتها الناشئة[3]، و قد ركزت المادة (٥) من الاتفاقية علي ضرورة التاكد من ان الاتفاقات الاقليمية تتفق في مسارها مع الجاتس[4]، كما اجازت المادة (٢٤) للدول الاعضاء تكوين أو الانضمام الي التكتلات الاقليمية، ولكن بشروط تكفل للجاتس مراقبة هذه الاتفاقات والتاكد من توافقها مع احكامها، وايضا بالاسلوب الذي يؤدي الي الحد من القيود التجارية ضد الدول غير الاعضاء في التكتلات.[5]

١- عماري عمار، "التكامل العربي : معوقاته وسبل تحقيقه "، **اعمال المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة -٢٨-٣٠ مايو٢٠٠٥**، ص ص١٨١-٢٥٢.

٢- اماني فاخر، مرجع سابق، ص ص ٣٤٨- ٣٤٩

٣- احمد طلفاح، مرجع سابق.

٤- محمد علي محمد عبيد، **اثر الاتفاقية الدولية لتحرير تجارة الخدمات (GATS) علي كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية مع التطبيق علي مصر، رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التجارة جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٤٨.

٥- محمد ابراهيم الشافعي، مرجع سابق، ص ص : ٩٠- ٩١.

لذا يري **علي كنعان** أن التكتلات الاقتصـادية تـدعم اتجاهـات تحرير التجارة ولكن بصورة تظهر فيها القوة الاقتصادية للتكتل بما يمكنه من التفاوض بإمكانية رفض وقبول شروط التكتلات الاخري علي أساس جماعي و ليس علي أساس الدول منفردة.(١)

وعلى ذلك فإن التكتل الاقتصادى يتضمن العناصر التالية:

١- تحرير التبادل التجارى وتنسيق السياسات المالية والاقتصادية بين دول التكتل بما يحقق الرفاهة الاقتصادية.

٢- التفاوض كعضو واحد على الاتفاقات التجارية العالمية بما يحقق ثقلاً اقتصادياً للدول الاعضاء.

٣- الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.(٢)

وهناك درجات من التكتل الاقتصادى تبدأ بالاتفاقيات الثنائية ثـم رفع الحواجز الجمركية وغير الجمركية أمـام السـلع الوطنيـة للـدول الأعضاء أو ما يعرف بمنطقة التجارة الحرة، ثم الانتقـال إلـى مرحلـة الاتحاد الجمركى عندما تتفق الدول الأعضاء على وضع تعريفة موحـدة على وارداتها من الدول خارج التكتل ثم تأتى مرحلة السوق المشـتركة التى يتم فيها تحرير تدفق رؤوس الأموال، والقوى العاملة فيما بين الدول الأعضاء تليها الوحدة الاقتصادية التى يتم فيها توحيد السياسات الماليـة والنقدية ثم يأتى الاندماج الاقتصادى الكامل.(٣) **وهذا التطور المشار إليه لا يعد تطورا حتميا** أي انه قد يتوقف عند مرحلة معينـة **وفقـا لحجـم المعوقات التي تحول دون الاستمرار في مسيرة التعاون** وقد يسير وفقـا للمراحل السابق ذكرها.(*)

١- علي كنعان ، مرجع سابق، ص ص ٧١ ، ٨٢ ، ٨٩.

٢- فلاح خلف الربيعى، مرجع سابق.

٣- أمانى فاخر مرجع سابق ص٣٢٦.

* سوف يتم تناول معوقات التعاون بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

ثانيا : اهم التكتلات الاقتصادية المؤثرة في الاقتصاد العالمي عموما واقتصادات الدول العربية الاسلامية علي وجه الخصوص:

فيما يلي سوف يتم استعراض اهم هذه التكتلات وهي:

أ- تكتلات اقتصادية إقليمية في الدول المتقدمة:

١- الاتحاد الأوروبي :

ويعد أهم التكتلات الاقتصادية القائمة حالياً ويقوم علي أساس تبنى الدول الأعضاء سياسات اقتصادية ومالية ونقدية مشتركة وكذلك صك عملة موحدة لكافة الدول الأعضاء (اليورو) منذ عام١٩٩٩ ويضم فى عضويته ٢٧ دولة.(*)

٢- اتفاقية التجارة الحرة لدول أمريكا الشمالية (NAFTA):

وهو تكتل يضم U.S.A، كندا، المكسيك، ويتضمن أكبر منطقة تجارة حرة فى العالم تقريباً.

٣- التكتل الاقتصادى الأسيوى :

وهو يتكون من محورين : الأول : رابطة جنوب شرق آسيا المعروفة باسمASEAN ويتكون هذا التكتل من ست دول هى تايلاند – سنغافورة – ماليزيا – بروناى – اندونيسيا – الفلبين.

الثاني: جماعة التعاون الاقتصادى لأسيا والباسيفيك (APEC) : وتتكون هذه الجماعة من دول رابطة الآسيان بالاضافة الي اليابان والصين

---

* تأسس الاتحاد الأوروبي بناء على اتفاقية معروفة باسم معاهدة ماسترخت الموقعة عام 1992 م، ولكن العديد من أفكاره موجودة منذ خمسينات القرن الماضي.ومن أهم مبادئ الاتحاد الأوروبي نقل صلاحيات الدول القومية إلى المؤسسات الدولية الأوروبية. لكن تظل هذه المؤسسات محكومة بمقدار الصلاحيات الممنوحة من كل دولة على حدا لذا لا يمكن اعتبار هذا الاتحاد على أنه اتحاد فدرالي حيث إنه يتفرد بنظام سياسي فريد من نوعه في العالم. له سياسة زراعية مشتركة وسياسة صيد بحري موحدة و تضم الدول الأعضاء (ايطاليا، ألمانيا، بلجيكا، لوكسمبورج، المملكة المتحدة، فرنسا، الدنمارك، ايرلندة، اليونان، اسبانيا، البرتغال، السويد، النمسا، فنلندا، استونيا، بولندا، التشيك، سلوفاكيا، رومانيا، بلغاريا، المجر، لتوانيا، لاتفيا، قبرص، مالطا، سلوفينيا.

واستراليا، وكندا، والمكسيك، ونيوزيلندة، وكوريا الجنوبية، تشيلي، الصين، هونغ كونغ، اليابان، جمهورية كوريا ، بابوا نيو غينيا وبيرو والاتحاد الروسي ، تايلاند الصين تايبيه (تايوان) ، الولايات المتحدة الأمريكية ، فيتنام. [١]

(ب) مشروعات الشراكة بين الدول النامية والمتقدمة (الشراكة الأوروبية المتوسطية):

بدأ هذا المشروع فى مؤتمر برشلونة١٩٩٥ حيث اتفق جميع الأطراف المشاركة فى المؤتمر على إقامة شراكة بين الاتحاد الأوروبى والبلدان الواقعة جنوب البحر المتوسط وأغلبها من الدول العربية الإسلامية [*] وهى (المغرب – الأردن – مصر – لبنان – تونس – الجزائر – سوريا– المناطق الفلسطينية)[٢]

وهذه الشراكة تعد نوعاً من الإقليمية الجديدة new-regionalism تتجمع فيها مجموعة من الدول النامية مع الدول المتقدمة طواعيةً [٣]بحيث تختلف فى ذلك عن التكتلات السابق ذكرها، وكان الاتفاق يستند إلى ثلاثة محاور:

١- المحور السياسى: يهدف إلى تعزيز الأمن والاستقرار.
٢-المحور الاجتماعى: يهدف إلى تطوير العلاقات الثقافية والاجتماعية وتحقيق التقارب بين شعوب الإقليم.
٣- المحور الاقتصادى: يهدف إلى إقامة منطقة تبادل تجارى حر وتقديم المساعدات لدول جنوب البحر المتوسط بهدف تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية. [٤]

١- فلاح خلف الربيعى، مرجع سابق، وراجع ايضا: wikipedia.org.
* تضم الشراكة دولاً أخرى غير عربية (تركيا – إسرائيل) كدول جنوب متوسطية.
٢- مشروع الشراكة الأورو متوسطية : التعاون الاقتصادى أكثر الجوانب تقدماً.
www.dw-world.de/dw/article/0,,1789193,00.html, accessed: Oct. 2009.
٣- علي كنعان، مرجع سابق، ص ٧٤.
4- Cherfane et.. al, "Economic, social and environmental impacts of Euro-Mediterranean free trade Area", Draft paper for ERF Annual conference, December 2005,
(www.sed.menchester.ac.uk/.../Mansour_george cheefane_ Kirkpatrick.pdf) accessed : Oct., 2009 .

وفي ظل وجود مثل هذه التكتلات فإنه من المؤكد ان اقتصاديات الدول العربية الإسلامية – كدول نامية – سوف تتأثر سلباً خاصة مع تباطؤ مسيرة التحرك نحو الاندماج فى كيان اقتصادى كبير لتحقيق مصالحها المشتركة ؛ خاصة أن نسبة الصادرات العربية البينية لا تتعدي ١٠.٣% فقط من حجم الصادرات وذلك وفقاً لبيانات ٢٠٠٩ .[١] .

ثالثا: <u>التأثير السلبي للتكتلات الاقتصادية الإقليمية على الدول العربية الإسلامية</u>:

أ- <u>زيادة الفجوة الاقتصادية بين الدول المندمجة فى كيانات اقتصادية كبيرة وبين الدول العربية الإسلامية</u>:

فالدول المنضمة للتكتلات تستطيع الاستفادة من المزايا التفضيلية التى تمنحها دول التكتل للنفاذ لأسواقها من خلال تخفيض القيود التعريفية، وغير التعريفية مما يعنى زيادة حجم الصادرات، وزيادة اتساع السوق.[٢] مما يشجع على زيادة الإنتاج وينعكس ذلك إيجاباً على موازين مدفوعات هذه الدول، بينما لاتتاح للدول غير المنضمة للتكتلات هذه المزايا، مما ينعكس سلباً على موازين مدفوعاتها في صورة زيادة وارداتها، وعليه فان المقاصد العربية الاسلامية سوف تعاني من انخفاض حجم الحركة السياحية نسبيا في حال عدم انضمامها لتكتل سياحي مما يعني استمرار ضعف نصيبها من الحركة السياحية الدولية.

ب- <u>استمرار التبعية الاقتصادية للدول المتقدمة اقتصادياً</u>[٣]

تستطيع الدول المتقدمة ان تفرض شروطها في الاتفاقات الدولية بما يحقق مصالحها التجارية انطلاقا من القوة الاقتصادية التي تنبع من

١- صندوق النقد العربي التقرير الاقتصادى العربى الموحد ٢٠١٠، "التجارة الخارجية للدول العربية"، ص ١٧٣.

٢- محمد إبراهيم الشافعى، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

٣- يحيى عبد الغنى أبو الفتوح، التكامل الاقتصادي العربي في ظل المتغيرات الاقليمية العالمية (دراسة تحليلية لمعوقاته ووسائل تحقيقه، "، ***مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية-جامعة الإسكندرية***، ملحق العدد الثانى، المجلة ٣٧ سبتمبر ٢٠٠٠، ص ٥١.

انضمامها للتكتلات الإقليمية، بينما لا يكون أمام الدول المنفردة سوى تقبل هذه الشروط مما يعنى عدم حصول الدول العربية الإسلامية -في حال بقائها دون تكوين تكتل اقتصادي- إلا علي النذر القليل الذي تسمح به الدول المتقدمة سواء من عوائد التجارة الدولية، او المزايا التجارية والاستثمارية، وينطبق ذلك ايضا علي انخفاض عوائد السياحة الدولية للدول العربية الاسلامية نسبيا في حال عدم انضمامها لتكتل سياحي وخضوعها باستمرار لشروط الشركات الاجنبية سواء في شروط الشراكة او العقود بما يحقق مصالح الدول المتقدمة، اوحتي في مواصفات المنتج السياحي مما يؤدي الي تنميطه وربما قد يؤدي الي فقدان هويتها واصالتها.

جـ زيادة المخاطر التجارية المستقبلية[1]

في ظل ظروف تحرير التجارة فان عدم الانضمام للتكتلات الإقليمية يجعل الدولة عرضة لعدم الصمود أمام الممارسات الاحتكارية والإغراق، كما انها تصبح معرضة لعدم القدرة على الصمود أمام الأزمات المالية نظراً لانخفاض حجم التجارة البينية في مجمل تجارتها الخارجية، وينعكس اثار الازمات المالية علي كافة القطاعات الاقتصادية ومنها القطاع السياحي وهذا ما سيتم التعرض له لاحقا.

د-عدم التكافؤ في علاقات القوى بين الاتحاد الأوروبي من جهة والدول المتوسطية من جهة أخرى: حيث يتعامل الشريك الأوروبى بمنطق المهيمن على دول فرادى، وبالفعل فقد كان من المتوقع من هذه الشراكة توسيع الأسواق أمام منتجات دول جنوب المتوسط مع زيادة تدفقات الاستثمار إليها إلا أن النتائج جاءت مخيبة للآمال إذ أن نسبة مشاركة الدول الأوروبية تفوق كثيراً نسبة مشاركة الدول الجنوبية بما لا يسمح بتقديم فرص للتنمية الاقتصادية والاجتماعية التى تنشدها الأخيرة، مما يؤدي الي فرض الشريك الاوروبي للشروط المحققة لمصالحه في كافة المجالات اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا مثل:

١- محمد إبراهيم محمود الشافعي مرجع سابق، ص ٨٧.

(١) فتح أسواق الدول العربية الإسلامية أمام تصريف المنتجات الأوروبية ووضع قيود شديدة على نفاذ المنتجات العربية إلى الأسواق الأوروبية.[١]

(٢) إعادة هيكلة اقتصادات الدول العربية الإسلامية بما يتواءم مع آليات السوق كإتباع الخصخصة التى أدت إلى مزيد من البطالة.

(٣) الحد من الهجرة غير الشرعية.

(٤) معاداة الاسلام.[٢]

هـ- **تعويق فرص التعاون الاقليمي المشترك**: حيث إن المشروع المتوسطى يعد بديلاً لوجود تكتل اقتصادى بين الدول العربية الإسلامية خاصة مع النظرة المقسمة من قبل دول الشراكة إلى المنطقة بين دول الخليج العربى – دول المغرب العربى- إسرائيل وجيرانها، و قد يعنى ذلك إعادة توزيع موارد المنطقة فى غير صالحها بل طمس هوية المنطقة علي الاجل الطويل.[٣]

بناءً علي كل ما سبق تبرز ضرورة اتخاذ الدول العربية الاسلامية خطوات حثيثة نحو تحقيق الهدف الأكبر وهو الوحدة الاقتصادية، وعليه فإنه يتعين البدء بالقطاعات الاقتصادية الأكثر سهولة فى تحقيق المصالح المشتركة بما يمثل نقطة البدء نحو تحقيق هذا الهدف،[٤] ومنها قطاع الخدمات حيث تعد تنمية قطاع الخدمات من أهم العوامل في اكتساب القدرة التنافسية على المستوى الدولي. وتشير إحصاءات منظمة التجارة العالمية الي أن صادرات الدول العربية الاسلامية للخدمات بلغت حوالي ٨٩ مليار

١- ثروت غطاس، **التكامل الاقتصادي الاسلامي بين النظرية وامكانيات التطبيق علي مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص ص ١٢٨، ١٢٩.

٢- مصطفى مجدى الجمال، الشراكة الأورومتوسطية:

(www.aarcegypt.org/admin/upload/docs/alcharaka.doc, accessed: Oct., 2009.

٣- نفس المرجع السابق

٤- محمد محمود الإمام، **التكامل الاقتصادى الإقليمى بين النظرية والتطبيق**، القاهرة :معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٠، ص١٧

دولار في عام٢٠٠٧ أي ما نسبته ٢.٣ ١في المائة في المتوسط من صادراتها للسلع والخدمات. ويعد القطاع السياحي من اهم القطاعات الخدمية حيث تستأثرخدمات السفر بالمرتبة الاولي بنسبة ٤٥.٦ % في المتوسط في صادرات الدول العربية للخدمات في عام ٢٠٠٧، ثم تليها الخدمات الأخرى وأهمها النقل بنسبة ٢٢.٧ % ثم باقي الخدمات مثل الاتصالات والتشييد والبناء وخدمات الحاسوب والمعلومات والخدمات المالية والخدمات الأخرى بنسبة ٣١.٧% (١).

ومن هنا تبدو ضرورة وجود تكتل سياحي بين الدول العربية الإسلامية من اجل تعظيم المنافع المتحققة من هذا القطاع الخدمي في اقتصاد المنطقة؛ خاصة وأن نجاح المقاصد السياحية – وفقا للرؤية المستقبلية – هى ارتباط المقصد بغيره من المقاصد ومحاولة الارتفاع فوق التجزؤ من أجل طرح منتج متكامل مما يشكل مقصداً أعظم Mega Destination(٢) وذلك عن طريق جذب السائحين الدوليين الي المقصد، وتشجيع السياحة البينية التي تنطوي علي عدم خروج المد السياحي خارج المقصد الاعظم او المنطقة ككل مما يعني زيادة قدرة دول التكتل علي منافسة المقاصد العظمي الاخري، ومواجهة آثار الأزمات المالية على السياحة الدولية.

وتمثل السياحة البينية حوالى ٧٩% من حجم التدفق السياحى العالمى، وتأتى أوروبا فى مقدمة العالم فى حركة السياحة البينية والتى تمثل ٨٧% من حجم الحركة السياحية للإقليم، تأتى بعدها آسيا والباسفيك بنسبة ٧٨%، الأمريكتين ٧٣% ثم يأتى الشرق الأوسط، وأفريقيا بنسبة ٤٦%، ٤٢% علي الترتيب وهذا يشير إلى تواضع نسبتها فى الشرق الأوسط، وإفريقية بالمقارنة بالمناطق الأخرى.(٣)

١- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠٠٨، "التعاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، ص ٢١٤.

٢- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة(١٩٧٤-٢٠٠٠) المجلد السادس والعشرون، تقرير عن **(رؤية مستقبلية للسياحة المصرية)**، ، ص٢٩٦.

3- Handszuh, H, "Meeting on the trade and development implications of tourism services for developing countries ": UNCTAD XII pre-event, Geneva, 19-20November 2007 ,P.6

وتعتبر السياحة البينية Intra-regional tourism إحدى شقى اتجاهات الحركة السياحية الدولية إلى أقاليم العالم السياحية، وتعرف على أنها تدفق السائحين من دولة إلى دولة أو أكثر داخل الإقليم او المنطقة الجغرافية الواحدة[١].

وفيما يلى سوف يتم استعراض اثر الأزمة المالية العالمية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

٣- الأزمة المالية العالمية٢٠٠٨:

اولا : تشخيص الأزمة و توضيح أسبابها:

تعرض الاقتصاد العالمى فى سبتمبر ٢٠٠٨ لأزمة مالية تعد الأسوأ منذ حدوث الكساد الكبير (١٩٢٩- ١٩٣٢). وقد ظهرت عوارضها الأولى في بداية أغسطس ٢٠٠٧ مع اضطرابات قوية في القطاع العقاري في الولايات المتحدة الأميركية.

وقد ظهرت هذه الأزمة فى الولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا ثم أخذت فى الانتشار إلى باقى أرجاء العالم المتقدم والنامى، وتمثلت فى إفلاس عدد كبير من البنوك وشركات التأمين فى أمريكا وأوروبا بما يقارب ٥٠٠٠ مؤسسة أميركية وبلغ عدد المؤسسات المفلسة عالميا ما يقارب ٩٠٠٠ مؤسسة [٢]، بالإضافة إلي انكماش حجم الصادرات، وتباطؤ الطلب المحلي وتراجع الاستثمارات الأجنبية، وانخفاض القدرة على الحصول على التمويل، خاصة في الدول النامية بالإضافة إلي انهيار البورصات العالمية الكبرى وأيضا في غيرها من البورصات في الدول الاخري التي يرتبط اقتصادها بشكل مباشر أو غير مباشر باقتصادات الدول منبع الأزمة، وبالتالي قيام عدد من المستثمرين الأجانب فى هذه

١- اسعد حماد ابو رمان ، عادل سعيد الراوي ، **السياحة في الاردن :الاسس العلمية- المقومات - الاسواق - الجدوي**، الطبعة الاولي، عمان : اثراء للنشرو التوزيع، ٢٠٠٩ ، ص ١٧٨.

٢- فادي خلف، " الازمة المالية العامية و انعكاساتها علي المنطقة العربية" : http://css.escwa.org.lb/edgd/1012/session1/6.ppt, accessed: Sep., 2009

البورصات ببيع قسم كبير من محافظهم المالية فيها من أجل تعديل مراكزهم المالية فى بورصات بلدانهم مما أدى إلى انخفاض هائل فى أسعار الأسهم عالميا.[1] وهناك عدد من الاسباب للازمة، يتم استعراضها كما يلي:

(أ) التشابك الشديد بين الاقتصاد الأمريكى والأوروبى، وبقية اقتصادات العالم خاصة فى ظل انفتاح الأسواق والتحرر الاقتصادى والذى يفترض ارتباط تسويق نسبة كبيرة من السلع والخدمات بالأسواق الأمريكية والأوروبية، والاستثمار فى كافة البورصات من قبل المستثمرين الأمريكيين والأوروبيين بالبورصات الناشئة (كالبورصة المصرية والسعودية) من أجل تقليل درجة المخاطر المترتبة على تراجع الأسهم فى أى من البورصات العالمية. [2] "

(ب) سوء السياسات الاقتصادية [3] المتمثلة فى :

1) إسراف البنوك كمؤسسات مالية فى تمويل الأفراد الذين يرغبون فى امتلاك عقارات من خلال إصدار أسهم بقيم مالية تفوق القيمة الحقيقية للأصول العينية التى تمثلها، وقد استهدفت من ذلك تحقيق مكاسب على المدى القصير دون النظر لأثر ذلك على موقفها المالى على المدى الطويل مما أدى إلى تعثر المدينين فى السداد خاصة وأن أغلبهم كانوا من محدودى الدخل.[4]

١- وسيم محيي الدين، "رؤية شاملة حول تأثير الأزمة الاقتصادية العالمية مع الاقتصاد المصرى خاصة القطاع السياحى"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتبعاتها على الاقتصاد المصرى، ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، ***مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية – جامعة الإسكندرية***، العدد الأول، مجلد٤٦، الجزء الأول، يناير ٢٠٠٩، ص١

٢- نفس المرجع السابق، ص ص ١٠ : ١٧

3- Gouda Abd El Khalek, "Bad Policies or systemic dysfunction, the perils of financial globalization: a south view, ***l' Egypt contemporainne*** , no. 473/474,jan – April, 2004, PP. 5 – 46.

٤- سلطان أبو على، "الأزمة التمويلية وانعكاساتها على مصر"، **ورقة عمل رقم (١٤٢) المركز المصري للدراسات الاقتصادية، يناير ٢٠٠٩** ، ص ص ١: ٦.

٢) **عدم وجود رقابة** من البنك المركزى الأمريكى علـــى بنـــوك الاستثمار فى ظل عدم التدقيق فى أسس الائتمان.

٣) **التوريق (Securitization): وهو قيام البنوك بتوليد موجات متتالية من الأصول** المالية بناءً على أصل عقارى واحد بحيث يتم إصدار سندات تستند إلى سندات مما أدى إلى حدوث أزمة الديون العقارية عند عجز بعض العملاء عن تسديد القروض وتتمثل انعكاسات الازمة **في عدة صور تختلف حدتها من منطقة لآخري ومن دولة لآخري بناء علي الموقف الاقتصادي لها عند اشتعال الأزمة، ومدي ارتباط اقتصادها بالاقتصاد العالمي.**[١]

ثانيا: انعكاسات الأزمة المالية على الاقتصاد العالمي:

تتمثل انعكاسات الأزمة المالية علي الاقتصاد العالمي في صور متعددة ومنها حدوث تباطؤ ملحوظ في النشاط الاقتصادي عالميا حيث تقلص معدل نمو إجمالي الناتج المحلي العالمي من ٢.٥ % في عام ٢٠٠٨ إلى ٠.٩ % في عام ٢٠٠٩[٢]، **كما كان من** المتوقع أن يتباطأ إجمالي الناتج المحلي العالمي، الذي ازداد بنسبة ٣.٩ % في عام ٢٠١٠، إلى ٣.٣ % في عام ٢٠١١[٣]

١- سعيد عبد العزيز عثمان، محمد جابر فراج، "تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصرى"(السيناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)"، ***مجلة كليـــة التجارة للبحوث العلمية جامعة الإسكندرية***، العدد رقـــم (٢) المجلـــد رقـــم (٤٦) يوليو ٢٠٠٩، ص٥.

٢- الطفرة التاريخية في اسعار السلع الاولية تنتهي مع تباطؤ النمو العالمي:
http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/NEWSARABIC/0,,contentMDK:22005140~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html, accessed: Jul.,, 2011.

٣- البنك الدولي، البلدان النامية تقود قاطرة النمو العالمي، لكن المخـــاطر لا تـــزال قائمة :

http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/ACCUEILEXTN/NEWSFRENCH/0,,contentMDK:22807959~menuPK:3325329~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074931,00.html, accessed: Jul., 2011

ومع تضييق أوضاع الائتمان وانخفاض مستوى تقبل المخاطر، توقع البنك الدولي أن يتقلص نمو الاستثمارات في بلدان العالم النامية من ١٣% في عام ٢٠٠٧ إلى ٣.٥ % في عام ٢٠٠٩.

أما بالنسبة لتأثير الأزمة علي زيادة معدلات البطالة فقد أشار مكتب العمل الدولي في تقريره السنوي "اتجاهات الاستخدام العالمية يناير ٢٠١٠" إلى أن عدد العاطلين عن العمل وصل إلى ما يقارب ٢١٢ مليون في جميع أنحاء العالم في عام ٢٠٠٩، أي بزيادة غير مسبوقة في عدد العاطلين عن العمل بلغت ٣٤ مليوناً مقارنة بالعام ٢٠٠٧.

وفي منطقة الشرق الأوسط، لم ترتفع معدلات البطالة بشكل كبير خلال الفترة٢٠٠٧- ٢٠٠٩ سوي بحوالي ٩.٣% وفي شمال أفريقيا تم تقدير المعدل العام للبطالة إلى ١٠.٥% في عام ٢٠٠٩ وكان من المتوقع أن يظل مرتفعًا في عام ٢٠١٠ بمعدل ١٠.٦% عام ٢٠٠٩[١].

اما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقية فقد اشار البنك الدولي الي أن معدل النمو في اجمالي الناتج المحلي في حدود ٢.٩ % في عام ٢٠٠٩ مقابل ٤.٣% عام ٢٠٠٨، كما توقع نموا في ٢٠١٠ يقدر بحوالي ٣.٧% ، ٤.٤ % عام ٢٠١١[٢].

وقد تسبب تباطؤ النشاط الاقتصادي وانخفاض الطلب على العمالة في أوروبا (المنطقة المستقبلة للعمالة والصادرات من دول المنطقة) على

١- مكتب العمل الدولي، اتجاهات الاستخدام العالمية ٢٠١٠:
www.ilo.org/public/arabic/region/arpro/.../press_release_27012010.pdf, accessed: May, 2009.

٢- البنك الدولي، الآفاق الاقتصادية ٢٠١٠ لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا:
http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/EXTARABICCOUNTRIES/MENAINARABICEXT/0,,contentMDK:22450474~pagePK:146736~piPK:226340~theSitePK:475954,00.html, accessed: July, 2009.

مدى عام ٢٠٠٩ في تراجع تدفق تحويلات العمال إلى البلدان النامية (الاقتصادات المتنوعة)[*] بهذه المنطقة بنسبة ٦.٣ % خلال العام -وذلك على النقيض من المكاسب القوية التي بلغت ٢٣% و١١.٣% خلال عامي ٢٠٠٧ و٢٠٠٨ على التوالي وقد كانت مصر هي الأكثر تضررا في ضوء تراجع التحويلات بنسبة ٩ % بينما شهد المغرب انخفاضا بنسبة ٨ %. أما الأردن ولبنان وتونس فقد شهدت انخفاضاً في التحويلات بنسب تراوحت من ١ % إلى٣%.[١]

حدثت أيضا أزمة ثقة بأسواق رأس المال حيث انخفضت الرسملة السوقية للبورصات العالمية خلال العام ٢٠٠٨ من ٦٢.٧٤٧ تريليون دولار إلى ٣٢.٥٧٥ تريليون دولار أي بحوالي -٤٨%.

تأثرت أيضا البورصات العربية جراء الأزمة وفقدت حوالي ٦٠٠ مليار دولار منذ بداية العام ٢٠٠٨ وحتى سبتمبر ٢٠٠٩ ويرجع ذلك إلي انخفاض أسعار النفط حيث إن معظم اقتصادات بلدان الخليج العربي ما تزال تعتمد بنسب كبيرة على العائدات النفطية.[٢]

ووفقا للتقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠ فقد تباينت تأثيرات الأزمة علي اسواق المال في الدول العربية الاسلامية، وذلك بحسب طبيعة اقتصاداتها ودرجة انفتاحها وارتباطها بالاقتصاد العالمي ويمكن تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات في هذا الاطار فالمجموعة الأولى هي دول مجلس التعاون الخليجي التي تتسم بأنظمة مالية وتجارية معتمدة على الأسواق المالية العالمية؛ لذا تقدر الخسائر في القيمة السوقية للأسواق الخليجية بنحو ٤١ % أو ما يعادل ٤٠٠مليار دولار خلال الفترة سبتمبر – ديسمبر٢٠٠٨. وأصبحت عدوى أسواق الأسهم الخليجية بالأزمة العالمية ظاهرة بصورة واضحة غير أن المصارف الخليجية تمكنت، بصورة عامة، من تحقيق نتائج مالية جيدة نسبياً في نهاية ٢٠٠٩،

---

* يقصد بها فى التقرير الأقتصادات غير المعتمدة بالأساس على النفط

١- نفس المرجع السابق.

٢- فادي خلف، مرجع سابق

جدير بالذكر ان الناتج المحلي الاجمالي في هذه المجموعة في عام ٢٠٠٩قد بلغ معدل نموه ١.٠% بينما كان بين عامي ٢٠٠٦- ٢٠٠٨ حوالي ٥.٣%

أما المجموعة الثانية فتعتبر أسواق المال فيها غير مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالأسواق العالمية، إلاأن اقتصاداتها تعتمد على الإيرادات النفطية، وبالتالي فإن الطلب العالمي والأسعار العالمية للنفط تؤثر على السياسة المالية المتبعة في هذه الدول، ولم يتأثر القطاع المصرفي والمالي المحلي في دول هذه المجموعة بتداعيات الأزمة (الجزائر، السودان، ليبيا واليمن) لكونه اكثر انغلاقاً أمام الاستثمار الأجنبي بالإضافة إلى صغر حجم التداول.

إلا أن اقتصادات دول المجموعة تأثرت نتيجة انخفاض الطلب على النفط والناجم عن الركود في الاقتصاد العالمي من جراء الأزمة المالية العالمية، وقد تراجع حجم الصادرات النفطية لدول المجموعة بنسبة ٢٨ % في المتوسط في عام ٢٠٠٩، مقارنة بنسبة انخفاض بلغت ٢% في عام ٢٠٠٨، وقد انخفض معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي الي ٢.٨% بعد ان كان قد بلغ ٣.٦% بين عامي ٢٠٠٦-٢٠٠٨.

أما المجموعة الثالثة (تونس، سورية، لبنان، مصر، المغرب، الاردن) فقد انتقلت الصدمات الخارجية إلى اقتصاداتها من خلال ارتباطها التجاري الوثيق بأسواق الدول المتقدمة كالاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة .سواء في جانب المعاملات السلعية، او الخدمات كايرادات السياحة، وتحويلات العاملين بالخارج وتدفقات الاستثمارات الأجنبيةالمباشرة. مما يعني تراجع أداء قطاعاتها التصديرية، وتراجع التدفقات المالية إليها، وقد بلغ معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي ٤.٥% بينما كان حتي عام ٢٠٠٨ ٦%.[١]

١- صندوق النقد العربي ،التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، "تداعيات الازمة المالية العالمية علي اقتصادات الدول العربية"، ص ص ٢٠٣-٢٢٣.

يتضح من العرض السابق:

١- اهمية وضرورة عودة دور الدولة في النشاط الاقتصادي والرقابة علي الاسواق وهذا ما اكدت عليه كل من دراسة الياس سابا[1] ودراسة منير الحمش[2] ٢٠٠٩، كما اتضح ان معالجة مثل هذه الازمات اكبر من ان تترك لدولة واحدة و انما تتطلب تحركا جماعيا من اجل الوصول الي حلول ممكنة [3].

٢- ان **الأزمة المالية العالمية** انعكست أثارها في **تراجع معدلات النمو الاقتصادى** فى كافة **الأنشطة الاقتصادية خاصة تلك التى تتعامل مع الاقتصاد الدولى**[4]، و تعتبر السياحة الدولية من أكثر الأنشطة الاقتصادية حساسية لمثل هذه الأزمات؛ لذا سوف يتم فيما يلي تحليل أثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية مع إشارة خاصة للدول العربية الإسلامية.

ثالثاً: أثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية مع إشارة خاصة للدول العربية الإسلامية:

تعتبر السياحة الدولية من أكثر القطاعات الاقتصادية تأثراً بالأزمة المالية العالمية نظراً لما يتسم به الطلب السياحى الدولى من الحساسية للازمات خاصة وأن الأزمات سواء أكانت طبيعية أو بشرية لها من القدرة ما يؤدى إلى تعطيل صناعة السياحة بالكامل خاصة الازمات المالية؛ ففي ظل عدم الاستقرار الاقتصادي وخاصة أثناء الأزمات المالية تتزايد معدلات البطالة وتنخفض معدلات نمو الناتج الكلي مما يؤثر بشكل

١- الياس سابا، " الازمة المالية العالمية : اسبابها و انعكاساتها "، ***المستقبل العربي***، العدد ٣٦٠، فبراير ٢٠٠٩، ص٢٣.

٢-منير الحمش،"السياسات الاقتصادية الكلية في ظل الازمة العالميةالراهنة"، ***بحوث اقتصاديةعربية***،العدد ٤٧،صيف ٢٠٠٩،ص٢٧.

٣- عبد المجيد قدي، "الازمة الاقتصادية الامريكية و تداعياتها العالمية"، ***بحوث اقتصادية عربية***، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص. ٢٥-٢٨

٤- سلطان أبو على، مرجع سابق، ص ص ١٠ : ١٧

مباشر علي الدخل الحقيقي للأفراد[1] حيث تظهر فى هذه الحالة استجابة ملموسة من الطلب السياحى للتغيرات فى الظروف الاقتصادية السائدة فى السوق بما لا يسمح بوجود هامش فى دخول الأفراد لتوجيهه للسفر والسياحة خاصة وأن الإنفاق على السياحة يمثل بنداً من بنود ميزانية الشخص يتنافس مع بنود أخرى خاصة بالنسبة لذوى الدخول المحدودة والمتوسطة وفوق المتوسطة.[2]

وقد أشارت عدد من الدراسات إلى أن الدخل الحقيقى أكثر المتغيرات الاقتصادية تأثيراً على الطلب السياحى الدولى مثل دراسة (Manuel & Croes2000) ودراسة (Vanegas & Croes2000) والتى رأت أن الدخول الحقيقية للسائحين الأمريكيين الزائرين لمنطقة Aruba كانت عاملاً هاماً ومؤثراً على التدفق السياحى للمنطقة[3]، هذا بخلاف ارتفاع مرونة الطلب الدخلية للسياحة خاصة في ظل الازمات المالية ، **وتنعكس أثار الأزمة علي:**

أ) **انخفاض فى الطلب السياحى أو تغيير اتجاهاته** حيث تستبدل بالسياحة للمقاصد البعيدة السياحة الداخلية أو السياحة للدول المجاورة.

ب) **انخفاض حجم الإيرادات السياحية ومتوسط الإقامة، ومتوسط الإنفاق.**

ج) **توقف إقامة الاستثمارات السياحية الجديدة أو تأجيلها، وظهور تكاليف إضافية للقائم منها فضلا عن القيام بتسريح**

١- جليلة حسنين، **الطلب السياحي الدولي و التنمية السياحية في مصر**، الإسكندرية: مطبعة سامى، ١٩٩٤، ص ص٨٦،٨٥

٢- صلاح عبد الوهاب، **التسويق السياحى : القومى والتجارى**، الناشر المؤلف، ١٩٩٦، ص ٩٢

3- Wang, Y.S, “The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand”, ***Tourism management”***, Vol. 30 No.1 , 2009, p76.

العمالة أو تخفيضها سواء بالاحتفاظ فقط بالعمالة الماهرة أو متعددة المهارات[1].

ولقد واجه الاقتصاد العالمى عدداً من الأزمات المالية التى انعكس أثرها على حجم التدفق السياحى لبعض المقاصد وانخفاض إيراداتها من السياحة،وكان أبرزها الأزمة المالية الآسيوية صيف ١٩٩٧ والتى بدأت باقتصاد تايلاند ثم انتشرت العدوى إلي باقي دول جنوب شرق آسيا وتوقع الخبراء والمحللون الماليون استمرارها لمدة عشر سنوات حتى تستعاد الثقة في اقتصاد المنطقة، وقد أدت هذه الأزمة إلي التأثير علي معدلات النمو السريع في السياحة الدولية[2] والتي حققتها منطقة آسيا والباسيفيك (وفقا لإحصاءات UNWTO) خلال الفترة بين ١٩٨٠- ١٩٩٥ حيث كانت أعداد السائحين تنمو بمعدل يقدر بحوالي ١٠%، وكذا الإيرادات السياحية التي كانت تنمو بنسبة ١٥%، وعلي إثر الأزمة انخفضت معدلات النمو السياحي، والإيرادات السياحية إلي ١.١%، ٢% علي الترتيب وذلك في عام ١٩٩٧[3].وفي عام ٢٠٠١ كانت هناك الأزمة المالية الأسوأ في تاريخ تركيا الحديث والتي انعكس أثرها علي القطاع السياحي خاصة في شمال قبرص من خلال انخفاض قابلية المشروعات السياحية لدي البنوك كمشروعات استثمارية.

أما بالنسبة للازمة المالية التي بدأت عام ٢٠٠٨ فهي تختلف عن الأزمتين السابقتين بأن تأثيرها لا يقتصر فقط علي السياحة الدولية في دولة بعينها أو إقليم سياحي محدد بل **يمتد إلي أقاليم العالم كافة.**

1- Handerson, J.C "Managing the Asian financial crisis: tourist attractions in Singapore ", ***Journal of Travel Research,*** Vol. 38 No. , Nov. 1999, P. 179.

2 -Ibid, p.178

3- Singh, A., "Asia pacific tourism industry: current trends and Future outlook, (www.hotel –online.com/ Trends /AsiaPacific Jouunal / Asia Pacific Tourism outlook -1997 .html, accessed: October, 2009.

(أ) الاثار على الأجل القصير:

يمكن توضيح الآثار التالية(*):

١- انخفض معدل نمو **السياحة الدولية بصفة عامة** إلي ٢% في النصف الثاني من عام ٢٠٠٨ بينما كان خلال الستة أشهر الأولي قد وصل إلي ٦% تقريبا ثم جاءت الإحصاءات النهائية للعام لتشير إلي أن معدل نمو السياحة الدولية لم يتعد ٢% حيث بلغ عدد السائحين ٩١٩ مليون سائح عام ٢٠٠٨، بعد أن كان عددهم عام ٢٠٠٧ حوالي ٩٠١ مليون سائح وفقالبيانات المنظمة الصادرة في عام ٢٠١٠بينما كان معدل النمو عام ٢٠٠٧ حوالي ٦% حيث كان عدد السائحين يبلغ ٨٥٣ مليون سائح عام ٢٠٠٦ وفقا لبيانات المنظمة الصادرة في عام ٢٠٠٩.(**)

٢- شهدت كافة **مناطق العالم السياحية** نموا في أعداد السائحين ولكن بمعدلات اقل من العام السابق علي الأزمة فقد شهدت **أوروبا** معدل نمو مقدر بحوالي ٠.٤% فقط بعد أن كان مقدرا باكثر من ٤% عام ٢٠٠٧، **أما آسيا والباسيفيك** فقد حققت معدل نمو ١.١% بعد أن كانت حوالي٩.٦ % عام ٢٠٠٧، **الأمريكتين** ٢.٨% بعد أن كانت حوالي ٥ % عام ٢٠٠٧، **إفريقيا** ٢.٥% بعد أن بلغت عام ٢٠٠٧ حوالي ٨.٤% .

أما بالنسبة **لمنطقة الشرق الأوسط** التي تضم غالبية الدول العربية الإسلامية فقد شهدت أفضل أداء لعام ٢٠٠٨ مقارنة بباقي المناطق حيث كان معدل النمو السياحي في عام ٢٠٠٨ مقدرا بحوالي ١٩%، بعد أن كان مقدرا عام ٢٠٠٧ بحوالى١٤% كما حققت منطقة شمال افريقية معدل نمو٥% ولكنه يقل عن معدل النمو عام ٢٠٠٧ والذي كان مقدرا بحوالي ٨.٥%.

---

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية:

UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2010 edition**, pp. 4-9
UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2009 edition**, pp. 4-9
UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2008 edition**, pp 3-8
UNWTO, **World tourism Barometer, Vol. 7, No. 1, 2009**, p 6.

** كما تم حساب معدلات نمو عام ٢٠٠٧ بمعرفة الباحثة.

٣- أما بالنسبة **للإيرادات السياحية** فقد انخفض معدل النمو في الإيرادات السياحية **في العالم بصفة عامة** من ١٥% عام ٢٠٠٧إلي ما يقارب ١٠% عام ٢٠٠٨. كما انخفض معدل نمو الإيرادات السياحية في **أوروبا** من ١٥ % عام ٢٠٠٧ إلي ما يقارب ٩ % عام ٢٠٠٨، وفي **آسيا و الباسيفيك** من حوالي ٢٠ % عام ٢٠٠٧ إلي ١٠.٣ % عام ٢٠٠٨، وفي افريقية من ١٨.٣%عام ٢٠٠٧الي نسبة ١٥ %، أما بالنسبة **للأمريكتين** فقد كان الانخفاض في معدل نمو الإيرادات السياحية طفيفا من ١١% عام ٢٠٠٧ إلي مايقارب ١٠ % عام ٢٠٠٨.

- ومثلما حققت **منطقة الشرق الأوسط** نموا كبيرا في معدل النمو السياحي كان معدل نمو الإيرادات السياحية قد زاد من ١٤% عام ٢٠٠٧ إلي ١٦ % عام ٢٠٠٨، اما بالنسبة **لمنطقة شمال افريقية** فقد زاد معدل نمو الايرادات بنسبة ٥ % تقريبا من ١٠.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي ١٠.٧ مليار دولار عام ٢٠٠٨، و لكنه يقل عن معدل النمو عام ٢٠٠٧ و الذي كان مقدرا بحوالي ١٧%.

٤- اتضح تأثير الأزمة علي **السياحة الدولية بصفة عامة عام ٢٠٠٩** بشدة حيث انخفض معدل النمو السياحي بنسبة-٤% أي نحو الاتجاه السالب ليصل أعداد السائحين إلي ٨٨٠ مليون سائح، كما **انخفضت الإيرادات السياحية** بمعدل يقارب -١٠% خاصة مع انتشار فيروس أنفلونزا H1N1.

٥ - بالنسبة **لمناطق العالم السياحية** عام ٢٠٠٩ فقد شهدت **أوروبا** معدل انخفاض حوالي -٥.٦ %، و**الأمريكتين** ما يقارب -٥ % بينما كان الانخفاض في معدل النمو السياحي **في آسيا و الباسيفيك** طفيفا حيث يبلغ -١.٦ %، **و في افريقيا** كان معدل النمو ايجابيا (٣.٢%)، **أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط** فقد انخفض معدل نمو السياحة الدولية بنسبة -٥% عن عام ٢٠٠٨ حيث كان أعداد السائحين بالمنطقة ٥٥.٦ مليون سائح ثم انخفضت إلي ٥٢.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٩. بينما كان معدل نمو السياحة الدولية في **منطقة شمال افريقية** يسير في الاتجاه الايجابي ويقدر بحوالي ٢.٥% عام ٢٠٠٩ حيث بلغت أعداد السائحين في ١٧.٧

مليون سائح بينما كانت ١٧.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٨. وعلي الرغم من انخفاض معدل النمو السياحي في منطقة شمال افريقية عموما عام ٢٠٠٩ بالمقارنة بعامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨ (٥%) إلا أن خبراء منظمة UNWTO قد ارجعوا معدل النمو السياحي الموجب لمقاصد شمال افريقية إلي الدعم القوي من الحكومات لصناعة السياحة من اجل تخطي الأزمة، بالإضافة إلي الأسعار التنافسية التي تقدمها تلك المقاصد مقارنة بالمقاصد الأوروبية الاخري(١).

اما بالنسبة للايرادات السياحية فقد حققت جميع المناطق السياحية نموا سالبا، و كانت اكثر المناطق تاثرا اوروبا حيث انخفض معدل نمو الايرادات السياحية -١٣% ثم الامريكتين الي -١٢%، تليها افريقيا - ٤.٤ % ثم اسيا والباسيفيك -٢.٥%، اما بالنسبة لمنطقة شمال افريقية فقد انخفض معدل نمو الايرادات السياحية الي -٨.٣%، واخيرا فقد حققت منطقة الشرق الاوسط معدل نمو موجبا بما يقارب ٤%. وقد قامت **منظمة UNWTO** بعدد من المجهودات **لمواجهة الأزمة** من خلال **خطة محددة** هدفها الرئيسي هو أن تستعيد صناعة السياحة عافيتها سريعا وكانت أبرز محاور هذه الخطة ما يلي(٢):

١-إنشاء لجنة المقاومة للأزمة Tourism Resilience committee (TRC)

وذلك من أجل مساعدة الأعضاء في تحليل السوق واستخدام أفضل الممارسات لمواجهة الأزمة(*) وتنعقد هذه اللجنة مرتين في يناير، ومارس، كما عقدت استثنائيا في أكتوبر ٢٠٠٩في كازاخستان في إطار المجلس العام للمنظمة وذلك فيما يتعلق بمؤسسات الأعمال الخاصة

1- UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2009 edition,** Op.cit, p. 8.

2- UNWTO, **Tourism and economic stimulus - Initial assessment Madrid, update 01 July 2009** PP.5:17

* قامت المنظمة بعمل استبيان لقياس أثر الأزمة علي السياحة لأعضاء المنظمة.

واستراتيجياتها وكذلك ما يتعلق بما تتخذه الدول من خطط لتنشيط الطلب السياحي.

ب- **التحفيز**: حيث دعت المنظمة الحكومات إلي وضع السياحة في أولويات القطاعات الاقتصادية من أجل الحفاظ علي العمالة، والإبقاء علي قطاع الأعمال السياحي بالإضافة لاستعادة الثقة في السياحة والسفر.

وعليه فقد أعطت المنظمة بعض الخطوط الإرشادية التي استعانت بها الدول الأعضاء بصورة جزئية او كلية كمعايير للتحفيز للصناعة مثل:

١] معايير مالية: كتقليل الضرائب والرسوم لتقليل الضغط علي الأعمال والمستهلكين .

٢] معايير نقدية: كالمميزات المالية لشركات النقل البحري والجوي، وتقديم مصادر تمويلية للصناعة.

٣] إجراءات تسويقية: يقصد بها الأنشطة الدعائية والترويجية التي تستهدف أسواقا محددة.

٤] بعض الإجراءات لحماية العمالة.

٥] الشراكة بين القطاعين العام والخاص.

٦] معايير تسهيل السفر كالإجراءات المتعلقة بالفيزا وإجراءات وقيود السفر.

٧] تشجيع التعاون الإقليمي بين المقاصد المتقاربة جغرافيا وتسهيل السفر بينها، وتبادل المعرفة الفنية، والترويج المشترك

وفيما يلي سوف يتم استعراض تأثير الأزمة المالية العالمية علي بعض الدول العربية الإسلامية مع إلقاء الضوء علي ما اتخذته من تدابير لمواجهة الأزمة والتخفيف من حدة آثارها بالاستعانة بالخطة السابق ذكرها.(*)

---

* **راجع ايضا :**
UNWTO, 1st Report on the Implementation of the Roadmap for Recovery – March 2010

- **المملكة العربية السعودية**

حاولت المملكة اتخاذ الإجراءات التالية من اجل تلافي آثار الأزمة:

- قامت شركة الطيران الوطنية بتخفيض أسعار تذاكرها ما بين ٣٠ – ٣٥ %، خاصة بعض المدن الأوربية وبعض العروض للطلبة لقضاء أجازاتهم داخل المملكة.
- تشجيع السياحة الداخلية، ومحاولة تقديم خدمات للسائحين الداخليين لا تقل في جودتها عن تلك المقدمة للسائحين الدوليين.
- بالاشتراك مع صندوق تنمية الموارد البشرية، وتحت إشراف وزارة العمل تم إنشاء لجنة للإشراف علي برنامج تدريبي لرفع كفاءة الراغبين في الحصول علي فرصة عمل في صناعة السياحة on-job training program وذلك لفترة محددة بعدها يصبح العامل مؤهلا لأداء مهام الوظيفة المطلوبة.
- زيادة المخصص المالي للترويج للسياحة عام ٢٠٠٩ إلي (٣٥٨ مليون ريال سعودي) من ميزانية السياحة، و قد كان المخصص عام ٢٠٠٨ حوالي ٣٤٧ مليون دولار وفي ٢٠٠٧ كان ٢٢٢ مليون دولار.[1]

علي الرغم من كل هذه المجهودات فان فيروس انفلونزا H1N1 كان له اثر تضامني مع الأزمة المالية علي السياحة الدولية الوافدة الي المملكة عام ٢٠٠٩ حيث كان معدل النمو السياحي سالبا (حوالي -٢٦ %) فقد انخفض عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي المملكة الي حوالي ١٠.٨٩ مليون سائح بعد أن كان قد بلغ عام ٢٠٠٨ حوالي ١٤.٨ مليون سائح بزيادة قدرها ٢٨% عن عام ٢٠٠٧. الا ان هناك زيادة طفيفة في حجم الايرادات السياحية عام ٢٠٠٩ بمعدل اقل من ١% حيث كانت الايرادات مقدرة بحوالي ٥.٩١٠ مليار دولار عام ٢٠٠٨ ثم اصبحت ٥.٩٦٤ مليار دولار عام ٢٠٠٩.[2]

1- UNWTO, **Tourism and economic stimulus,** op.cit.

2- UNWTO, **UNWTO World Tourism Highlights, 2010**, op.cit, p. 9

• **مصر:**

أشارت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء أن عدد السائحين عام ٢٠٠٨ قد بلغ ١٢.٨ مليون سائح بزيادة قدرها ١٦.٤ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٧ (١)، ووفقا للبيانات الصادرة عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري بدا تأثير الأزمة يتضح عام ٢٠٠٩ في صورة انخفاض أعداد السائحين بمعدل قدره -٢.٣ % حيث بلغ عددهم عام ٢٠٠٩ حوالي ١٢.٥ مليون سائح(٢).

اما بالنسبة للايرادات السياحية فقد ارتفعت من ٩.٣ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي ١١ مليار دولار عام ٢٠٠٨، بينما انخفضت عام ٢٠٠٩ بمعدل -١.٨% حيث بلغت ١٠.٨ مليار دولار (٣).

وكانت مصر قد وضعت خطة للتخفيف من حدة تأثير الأزمة حيث قام وزير السياحة في الاجتماع الأول للجنة مقاومة الأزمة بمنظمة (UNWTO) بالإدلاء بإستراتيجية مصر في هذا الشأن وتتمحور في النواحي التالية :

١] تقوية الروابط مع الأسواق السياحية المصدرة بالحملات الترويجية خاصة دول الشرق الأوسط وشرق أوروبا عبر خطوط الطيران العارض والمنتظم وذلك من خلال اتخاذ إجراءات مثل تخفيض رسوم الهبوط والإقلاع والخدمات الأرضية ويتم إعفاء رحلات الطيران العارض نهائيا من هذه الرسوم في حال إجراء ١١ رحلة إلي جهات محددة في غضون ثلاثة أشهر.

١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات السياحة عام ٢٠٠٨، ابريل ٢٠٠٩:
(http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm), accessed : Jul., 2010

٢- مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، إجمالي عدد السائحين الوافدين إلي مصر في سلسلة زمنية ٣١-١٢-١٩٨٢ إلي ٣١- ١٢- ٢٠٠٩:
http://www.eip.gov.eg/nds/nds.aspx, accessed: August, 2010.

3- UNWTO, **UNWTO World Tourism Highlights, 2010**, op.cit.

٢] ترويج مصر علي أنها مقصد لأصحاب الميزانيات المحدودة من خلال تقديم رحلات مميزة كعروض خاصة بدلا من تقديم الرحلات القائمة بأسعار منخفضة وذلك حتى لا يكون من الصعب العودة للأسعار الأولي مرتفعة الثمن قبل الأزمة ويعد ذلك أسلوباً ترويجياً بديلاً للرحلات الشاملة.

٣] إقامة مفاوضات مع البنوك لإعادة جدولة وتسهيل قروض المستثمرين السياحيين لمساعدة الصناعة علي البقاء والاستمرار

٤] إقامة مائدة مستديرة لاتخاذ مدخل تشريحي تكتيكي للتسويق بين القطاع الخاص ووزارة السياحة لتحديد الخطوات الملائمة أثناء الأزمة وتقييم أثارها بمعدل نصف شهري

٥] دعم رحلات الشارتر ورحلات الناقلات LCCمنخفضة التكلفة وذلك في الأسواق السياحية الرئيسية ويرجع الدافع إلي ذلك إلي أن أغلب الناقلات تعمل أثناء الأزمة بأقل من طاقتها الاستيعابية

٦] إعفاء الفنادق وشركات النقل السياحي من رسوم التنشيط الواجب دفعها للحكومة [١]

وقد كانت هذه الجهود سببا في احتلال مصر المرتبة ٦٤ من بين ١٣٠ دولة عام ٢٠٠٩ في مقابل المركز ٦٦ في عام ٢٠٠٨ وذلك وفقا لتقرير تنافسية السفر والسياحة لعام ٢٠٠٩ والصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي.[٢]

وقد قامت عدد من الدراسات إثر حدوث الأزمة بوضع رؤية لتأثير الأزمة الاقتصادية العالمية علي القطاع السياحي بمصر ومنها دراسة وسيم محي الدين ٢٠٠٨ والتي توصلت إلي أن انخفاض أسعار

1- UNWTO, **tourism and economic stimulus –Initial assessment,** op.cit,p.68,69

٢- جمهورية مصر العربية، **مجلس الوزراء المصري، أداء الحكومة في ٥ سنوات ٢٠٠٤ – ٢٠٠٥:**

(www.cabinet.gov.eg/Govperformance/secA-t.pdf), accessed : 28Sep., 2009.

الوقود وبالتالي انخفاض أسعار تذاكر السفر قد يكون سببا في تدفق السائحين إلي مصر مما يعد أثرا إيجابيا للازمة كذلك أكدت هذه الدراسة أنه من الضروري تشجيع السياحة العربية وتقديم برامج سياحية جذابة لها والتي قد تكون سببا رئيسيا في انتعاش السياحة في ظل الأزمة [١].

- **سوريا**

استطاعت سوريا أن تقوم بعدد من الإجراءات التي أدت بها إلي تفادي آثار الأزمة المالية العالمية التي كان من الممكن ان تظهر عام ٢٠٠٩حيث تم:

تنفيذ الحملة التسويقية التي أطلقتها وزارة السياحة للترويج للمقصد السوري بتمثيله في عدد من المعارض الأوروبية، كما تم تسهيل إجراءات الحصول علي الفيزا خاصة بالنسبة للسائحين العراقيين بعد تقييد الحصول عليها لمدة تزيد عن ١٧ شهرا، مع إعلان ذلك بوكالة الأنباء السورية SANA بالاضافة الي قيام شركة الطيران الوطنية بزيادة أعداد رحلاتها لجذب السياحة البينية خاصة رحلات دبي، أبو ظبي، الشارقة والدوحة.[٢]

وقد حقق إنفاق السياح الدوليين عام ٢٠٠٨ الزيادة في الايرادات مقدرة بحوالي ١٠.٣ %حيث كانت تبلغ حوالي ٢.٩ مليون دولارعام ٢٠٠٧ بينما بلغت حوالي ٣.٢ مليون دولار عام [*]٢٠٠٨.

كما انعكس ذلك في صورة زيادة في أعداد السائحين عام ٢٠٠٩ بمعدل قدره ١٣.٣% حيث كان عددهم مقدرا بحوالي ٥.٤ مليون سائح عام ٢٠٠٨ و بلغ حوالي ٦ مليون سائح وقد حدثت زيادة في اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية عام ٢٠٠٩ الي ٣.٦ مليون سائح بعد ان كانت ٣.٣ مليون سائح عام ٢٠٠٨ بمعدل زيادة حوالي قدره ٩%.[٣]

١- وسيم محي الدين مرجع سابق، ص ص ٦، ٧

2-UNWTO, **Tourism and economic Stimulus, Initial assessment,** P. 72.

* راجع الفصل الثاني.

٣- وزارة السياحة السورية، **تطور عدد السياح حسب الجنسية والسنوات ٢٠٠٠- ٢٠٠٩:**

http://www.syriatourism.org, accessed: Dec., 2010.

• <u>الأردن</u>

تحققت زيادة في أعداد السائحين عام ٢٠٠٨ تقدر بحوالي ٨.٥% حيث بلغ أعداد سائحي المبيت ٣.٧٢ سائح بينما كان عددهم ٣.٤٣ مليون سائح في ٢٠٠٧، بالاضافة الي زيادة الدخل السياحي بنسبة ٢٧.٣% عام ٢٠٠٨ مقارنة بعام ٢٠٠٧ حيث قدر الدخل السياحي بحوالي ٢.٩٤٣ مليار دولار وكان ٢.٣١١ مليون دينار [(١)].

وقد حدثت زيادة السياحة البينية الوافدة الي الاردن بنسبة ٥% تقريبا حيث زادت اعداد هؤلاء السائحين من ١.٨١ عام ٢٠٠٨ الي ١.٩٠ عام ٢٠٠٩.

وتشير البيانات إلي أن الأردن أحد أهم الدول العربية الإسلامية التي استطاعت تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية علي السياحة الدولية في عام ٢٠٠٨، وقد كان لجهود وزارة السياحة دور كبير في ذلك حيث حاولت اتخاذ عدد من التدابير لمحاولة التخفيف من آثار الأزمة وتقليل الخسائر من خلال:

أ) تشكيل فريق من القطاعين العام والخاص لمتابعة المتغيرات السياحية بالمملكة علي أن تجتمع مرة كل أسبوعين

ب) تقليل الأسعار وضرائب المبيعات في الفنادق من ١٤% إلي ٨% .

ج) إنشاء موقعين الكترونيين للترويج لعناصر الجذب الرئيسية بالمملكة.

د) ترويج المملكة في الأسواق الناشئة مثل البرازيل، الأرجنتين، تشيلي.[(٢)]

١- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار، **النشرة الإحصائية السياحية، المجلد الخامس، العدد الرابع، ٢٠٠٩**

http://www.locateme.jo/stat2009_4/stat.htm , accessed: Aug., 2010.

2-UNWTO, **Tourism and economic Stimulus, Initial assessment,** opcit,p.69.

ووفقا لبيانات وزارة السياحة والاثار فقد بلغ عدد السائحين عام ٢٠٠٩ حوالي ٣٧٨٨٨٩٦ سائح بمعدل زيادة قدره ٢.٧ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٨[١]، اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد اشارت بيانات UNWTO الي انخفاض يقدر بحوالي-١% حيث بلغت الايرادات السياحية حوالي ٢.٩١١.[٢]

- **لبنان**

كان عام ٢٠٠٨ قد سجل زيادة في إجمالي عدد السائحين الدوليين بما يقدر بحوالي ٣٠% حيث كان عدد السائحين في عام ٢٠٠٧ مقدرا بحوالي ١.٠١٧ مليون سائح بينما بلغ عددهم في عام ٢٠٠٨ حوالي ١.٣٣٣ مليون سائح و استمرت لبنان في تحقيق زيادة في أعداد السائحين خلال عام ٢٠٠٩ تقدر بحوالي ٤٦% بالمقارنة بعام ٢٠٠٨ حيث بلغ إجمالي عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي لبنان١.٨٥١ مليون سائح، ووفقا للبيانات الصادرة عن وزارة السياحة اللبنانية يمكن إرجاع هذه الزيادة إلي حدوث قفزة كبيرة في أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية بنسبة ٤٢ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٨ حيث بلغ عدد هؤلاء السائحين حوالي ٧٨٥.٩٨٥ ألف سائح بينما كان عددهم عام ٢٠٠٨ حوالي ٥٤٩.٤٦٣ ألف سائح .[٣]

اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد زادت من ٥.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي ٥.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٨ بمعدل يقدر بحوالي ١١.٥ %، الي ان زادت الي ٦.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٩ بمعدل قدره ١٧.٢%.[٤]

١- المملكة الأردنية الهاشمية، مرجع سابق.

2- UNWTO , **UNWTO Tourism Highlights, 2010**, op.cit, p. 9

٣- وزارة السياحة اللبنانية:

http://www.lebanon-tourism.gov.lb/Ministry/Statistics.aspx, accessed: May, 2010.

4- UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2010**, op.cit, p. 9.

يدلل ذلك علي أهمية دور السياحة البينية في تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية علي السياحة الدولية في لبنان.

- **تونس:**

كان معدل النموالسياحي في تونس عام ٢٠٠٨ مقدرا بحوالي ٤.٢ % حيث بلغ عدد السائحين ٧٠٤٩ مليون سائح عام ٢٠٠٨ و كان عددهم حوالي ٦٧٦٢ مليون سائح، كما زادت الايرادات السياحية من حوالي ٢.٦مليار دولار عام ٢٠٠٧الي حوالي ٣ مليار دولار عام ٢٠٠٨ بمعدل قدره ١٥.٣%. [١]

وقد قامت الحكومة التونسية بعدد من الإجراءات منها:

- زيادة ميزانية الترويج خاصة للسوق الأوروبي.
- تطوير المنتجعات السياحية والحفاظ علي نظافتها وجمالها، بالإضافة لزيادة ملاعب الجولف.
- حماية المناطق الأثرية و التاريخية، والترويج للمهرجانات الثقافية.
- إعداد برنامج من اجل النهوض بالفنادق، مع تحديث مراكزالتدريب المهني السياحي وذلك بالتعاون مع الجهات المعنية، بالإضافة إلي تدعيم النقل الجوي.[٢]

وعلي الرغم من الجهود السابق ذكرها الا ان الأزمة الإقتصادية العالمية وانتشار فيروس(H1N1) انعكست فى صورة انخفاض علي عدد السائحين الدوليين الوافدين الي تونس عام ٢٠٠٩ انخفاضاً طفيفا بمعدل - ٢ % حيث بلغت ٦٩٠١ مليون سائح بينما كانت ٧٠٤٩ مليون سائح تقريبا، بينما انخفضت الايرادات السياحية بحوالي -٦.٧ %.[٣]حيث كانت كانت تبلغ حوالي ٣مليار دولار وانخفضت الي ٢.٨ مليارdولار.

1-UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2009 Tourism Highlights 2009 edition** p. 9.

2-UNWTO, **Tourism and economic stimulus–Initial assessment**, Op .cit.

3- UNWTO , **UNWTO Tourism Highlights 2010**, op.cit , p.9

اما بالنسبة للسياحة البينية فقد زادت اعدادهم من ٢.٨ مليون سائح عام ٢٠٠٨ الي ٣ مليون سائح عام ٢٠٠٩ بمعدل زيادة قدره ٧.٢%.

- **المغرب:**

حققت المغرب زيادة في أعداد السائحين الدوليين الوافدين عام ٢٠٠٨ حيث بلغ عددهم حوالي ٧٨٧٩ألف سائح بزيادة تقدر بحوالي ٦.٤% عن عام ٢٠٠٧ حيث كان عددهم حوالي ٧٤٠٨ سائح. أما بالنسبة للإيرادات السياحية لعام ٢٠٠٨ فقد زادت بنسبة ضئيلة اقل من ١% حيث بلغ حجم الايرادات السياحية حوالي ٧١٦٨مليار دولار بعد ان كان ٧.١٦٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧ .[١]

وقد استطاعت المغرب اتخاذ بعض الإجراءات للحد من تأثير الأزمة من خلال وضع خطة (cap 2009) والتي تم الإعلان عنها في ديسمبر ٢٠٠٨ من اجل الإسراع في مواجهة الأزمة والتي حاولت من خلالها :

١. الحفاظ علي النصيب السوقي للمملكة من الأسواق التقليدية مثل السوق الفرنسي الذي يمثل أكثر من ٢٠% من أعداد السائحين الوافدين للمملكة كما يمثل السوق الانجليزي والاسباني، والألماني والايطالي معا حوالي ١٥% وذلك وفقا لبيانات وزارة السياحة المغربية لعام ٢٠٠٩.[٢]
٢. الاحتفاظ بجاذبية صورة الدولة في أذهان السائحين من خلال الاتصال المتزايد بمنظمي الرحلات والترويج من خلال الإعلام والانترنت.

1- UNWTO, **Tourism Highlights ,op.cit**, p. 9

٢- وزارة السياحة المغربية: التطور السنوي للمؤشرات السياحية الرئيســية ٢٠٠١-٢٠٠٩

http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm, accessed: May, 2010

٣. جذب أسواق جديدة خاصة السائحين من دول الخليج، روسيا والتركيز علي الوجهات السياحية الرئيسية بالمملكة وهي مراكش، فاس، كازابلانكا، وأغادير.
٤. تنمية السياحة الداخلية، الاحتفاظ بالاستثمارات السياحية وتنميتها حيث تضمنت رؤية الوزارة ٢٠١٠ زيادة عدد الغرف الفندقية الي ٨٠ الف غرفة.(١)

وقد رصدت لهذه الخطة زيادة في الميزانية تقدر بحوالي ١٠%بما يعادل ١٣.٥ مليون دولار.(٢)

ووفقا للبيانات الصادرةعن منظمة UNWTO ٢٠٠٩ فقد تحقق لهذه الجهود النجاح وانعكس ذلك علي زيادة في معدل نمو السائحين بحوالي ٦% إلي أن بلغت حوالي ٨٣٤١ ألف سائح بنفس معدل الزيادة للعام السابق، اما بالنسبة للايرادات السياحية فقد انخفضت الي ٦.٦ مليار دولار بعد ان كانت ٧.٢ مليار دولار بمعدل قدره -٨.٣% .(٣)

(ب) الآثار على الأجل الطويل: وفق توقعات الخبراء فإن هناك بعض التغيرات في اتجاهات السياحة الدولية يمكن ذكرها كما يلي:

١- التحول للسفر للمقاصد الأقرب جغرافيا بدلا من الرحلات طويلة المسافة، حيث انه سوف تزداد أهمية المقصد الأقرب جغرافيا، وثقافيا، بالإضافة إلي التراجع في أعداد السائحين من المقاصد البعيدة.
٢- الاتجاه نحو أغراض السفر الدينية والثقافية وزيارة الأقارب والأصدقاء خاصة بين المناطق الأكثر قربا في الثقافة وذات اللغة والتاريخ المشترك مثل المنطقة العربية حيث يشعر السائح بالأصالة.

١- وزارة السياحة المغربية، الاتفاق التطبيقي للاتفاق الاطار ٢٠٠١-٢٠١٠ : www.tourisme.gov.ma, accessed: May, 2009.

2- UNWTO, **tourism and economic stimulus –Initial assessment**, Op .cit , p.22

3- UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights2010**, op.cit, p. 9.

٣- انتشار الزيارات المتكررةREPEAT VISITS وقصيرة المدة ويشجع ذلك قيام وزارات السياحة العربية بالترويج للسياحة البينية علي وجه الخصوص.

٤- التحول نحو المقاصد ذات المزايا السعرية التي تقدم قيمة مماثلة لما يدفع فيها value for money وكذلك نحو المقاصد التي ترتفع فيها قيمة عملة السائح مقابل عملة البلد المضيف[١] وقد كانت مصر قد استخدمت للترويج عن نفسها أسلوب الميزة السعرية خاصة مع انخفاض قيمة الجنيه أمام العملات الرئيسية الأخرى.

٥- في ظل تزامن انتشار فيروس أنفلونزا H_1N_1 مع الأزمة المالية العالمية سوف يكون السائح غير مهتم بالحجز قبل السفر بمدة طويلة لذا سوف يستمر نظام الحجز آخر لحظة last minute وعليه يصبح مرونة الاستجابة السريعة ميزة تنافسية لشركات السياحة.

و اخيـــــــــــــــــرا فإن <u>الدروس المستفادة من هذه الأزمة</u> لا تختلف كثيرا عما تم الاستفادة منه من أزمات مالية واجهت قطاع السياحة سابقا سواء أكان ذلك علي مستوي العالم أو علي المستوي القومي **ويمكن تلخيصها كما يلي:**

١) إن حدة تأثير الأزمات المالية علي السياحة يختلف وفقا لجهود القطاعين العام والخاص في اتخاذ إجراءات تتسم بالمرونة في مواجهة آثار الأزمة.

٢) وفى ظل أزمة ٢٠٠٨ فقد تبين انه من الضروري أن يقوم محللو الأزمة بتحديد الأسواق الأكثر تأثرا في المستقبل من اجل محاولة تكثيف الجهود الترويجية أو السعرية التي يجب توجيهها من اجل التخفيف من حدة تأثير الأزمة، وفي حالة الأزمة الراهنة فان أكثر الأسواق تأثرا هي الدول التي تأثر اقتصادها بشدة جراء الأزمة.[٢]

1- UNWTO , **world Tourism Barometer** , op.cit , p.8

٢- إسماعيل محمد العدلي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها المحتملة علـــي قطـــاع السياحة المصري"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتداعياتها علـــي الاقتصـــاد المصري ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، ***مجلة كلية التجـارة للبحـوث العلميـة، جامعـة الإسكندرية***، العدد رقم١ المجلد ٤٦، يناير ٢٠٠٩، ص٢

٣) إن الدول العربية الإسلامية سوف تستفيد من آثار الأزمة على الأجل الطويل من خلال زيادة السياحة البينية في ظل الميل نحو السفر للمقاصد الأقرب مع وحدة الدين واللغة بالاضافة الي التاريخ المشترك، وكذلك بفضل الاتجاه نحو أغراض السفر الدينية والثقافية وزيارة الأقارب والأصدقاء خاصة بين المناطق الأكثر قربا في الثقافة وذات اللغة والتاريخ المشترك مثل المنطقة العربية حيث يشعر السائح بالأصالة.

وهذا يتطلب بالضرورة وضع خطط لترويج العمل المشترك فى السياحة البينية وفقا لهذه الفرص المحتملة، وهذا هو الأثر الايجابي للازمة ؛ لذا فانه من الضروري العمل علي تعظيم هذا الأثر الايجابي، وقد اجتمع بالفعل وزراء السياحة العرب في مايو ٢٠٠٩ باليمن لمناقشة خطة عمل نحو تشجيع السياحة البينية وقد أشار الأمير سلطان بن سلمان رئيس الهيئة العليا للسياحة والآثار بالسعودية إلي أهمية التعاون السياحي كخطوة مبدئية نحو التكامل الاقتصادي العربي، كما تمت مناقشة مسالة إصدار فيزا موحدة لهذه الدول لأي زائر أجنبي علي غرار شنجن في أوروبا.[١]

2-UNWTO ،**tourism and economic stimulus –Initial assessment,** op.cit. 18.

الخلاصة :

تناول الفصل الأول: **(أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية)** حيث تم البدء اولا بتحديد ماهية الدول العربية الاسلامية، ثم استعراض **اثر تلك المتغيرات علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، والذي** يعد نقطة البدء **من اجل تحديد إمكانيات التعاون** فيما بينها في تنمية السياحة الدولية والبينية في ظل هذه المتغيرات من خلال الاستفادة باثارها الايجابية وتتمثل هذه المتغيرات فى:

١ـ اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات Gats:

وقد **تبين أن الاتفاقية تحمل عدداً من** الآثار السلبية والايجابية علي السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية وتنعكس **الآثار السلبية** في زيادة حجم التسربات من الإيرادات السياحية مما لا يمكن الدول العربية الإسلامية من الاستفادة مما تمتلكه من إمكانات سياحية سواء أكان ذلك من خلال استيراد معدات ومستلزمات الفنادق، ومدفوعات الرحلات الشاملة، تحويلات الأجور والأرباح للشركات الأجنبية أو العاملين الأجانب فى الإدارة العليا إلى الخارج، هذا بخلاف تنميط المنتج السياحي لارضاء رغبات وتفضيلات السائحين وفقا للمصالح الاقتصادية للشركات الاجنبية بصورة من الممكن ان تؤثر علي الصورة السياحية، مع احتمالات تسريح العمالة وزيادة حجم البطالة.

أما الفرص التى تحملها الاتفاقية فتتمثل فى : امكان زيادة الطلب السياحي الدولي علي مصر؛ نتيجة ما تمتلكه الشركات السياحية دولية النشاط من خبرة ادارية وما تقوم به من انشطة تسويقية موجهة للاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة مع وجود فرص امام الشركات الوطنية من اجل الاستفادة من الخبرة الفنية والإدارية من خلال الاحتكاك مع المشروعات الأجنبية بما يمكنها من تطبيق معايير الجودة فى الخدمات السياحية وخفض أسعارها، بالاضافة الي رفع كفاءة العاملين فى النشاط السياحى من خلال التدريب، هذا بخلاف توفير بيئة تشريعية تتمتع بالشفافية من خلال تعديل الدول لقوانينها بما يتوافق مع إمكان تطبيق الالتزامات التى تتضمنها مبادئ الاتفاقية.

وأخيراً فتح الطريق أمام تكوين تكتل سياحى بين الدول العربية الإسلامية بما يمكنها من المنافسة من خلال زيادة حجم السياحة البينية، والاستثمارات المشتركة وينعكس على القضاء على الصراعات العربية – العربية.

٢- التكتلات الاقتصادية الإقليمية:

وقد تم **استعراض** أسباب **نشأة هذه التكتلات** ثم استعراض عدد من التكتلات التى تؤثر على اقتصادات الدول العربية الإسلامية ويمكن تقسيمها إلى :

- **تكتلات اقتصادية إقليمية بين الدول المتقدمة** : مثل الاتحاد الأوروبى، اتفاقية التجارة الحرة لدول أمريكا الشمالية، تكتل الآسيان ، و الابيك.
- **مشروعات الشراكة بين الدول النامية والمتقدمة** : متمثلة في الشراكة الأوروبية المتوسطية.

بعد ذلك تم استعراض الآثار السلبية للتكتلات الاقتصادية على الدول العربية الإسلامية متمثلة فى زيادة الفجوة الاقتصادية بين الدول المندمجة فى كيانات اقتصادية كبيرة والدول العربية الإسلامية، واستمرار التبعية الاقتصادية للدول المتقدمة اقتصادياً بالاضافة الي زيادة المخاطر التجارية مستقبلاً. كما تبين ايضاً عدم التكافؤ فى علاقات القوى بين الاتحاد الأوروبى من جهة والدول العربية الأسلامية من جهة اخرى بالإضافة إلى تعويق فرص التعاون الاقليمي المشترك فيما بينها، وكانت كل هذه الاثار السلبية دافعا لضرورة وجود تكتل سياحي بين الدول العربية الإسلامية يشكل مقصدا اعظم من اجل تعظيم المنافع المتحققة من السياحة الدولية في اقتصادات المنطقة مما يعني زيادة قدرة دول التكتل علي منافسة المقاصد العظمي الاخري.

٣- الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ م :

وقد تم استعراض أسباب الأزمة المالية وتأثيرها علي اقتصادات العالم المتقدمة والنامية ومنها الدول العربية الإسلامية والتى تمثلت في تراجع معدلات نمو الناتج المحلى، وزيادة معدلات البطالة وقد تبين ان

تراجع معدلات النمو الاقتصادى كان بشكل خاص فى الأنشطة الاقتصادية التى تتعامل مع الاقتصاد الدولى ومنها السياحة الدولية. **تم بعد ذلك استعراض تأثير الأزمة على السياحة الدولية مع إشارة خاصة لعدد من الدول العربية الإسلامية**، وقد استطاعت عدد من الدول العربية الإسلامية اتخاذ مجموعة من الاجراءات لمواجهة آثار الأزمة بشكل ملائم من خلال إتباع أحد محاور خطة وضعتها منظمة السياحة العالمية UNWTO سواء أكانت تتعلق باتخاذ بعض الإجراءات التسويقية، أو بعض المعايير المالية كتقليل الضرائب،أو بعض المعايير النقدية كالمميزات المالية لشركات النقل البحرى والجوى، وكذلك إجراء تسهيل السفر وتشجيع التعاون الإقليمى بين المقاصد القريبة جغرافياً بخلاف إجراءات حماية العمالة، حيث **تم استعراض ما قامت به أهم الدول العربية الإسلامية ذات الوزن السياحي الاهم فى هذا الإطار.**

وقد تم **رصد الدروس المستفادة** من الأزمة والمتمثلة فى ضرورة قيام القطاعين العام والخاص باتخاذ إجراءات تتسم بالمرونة فى مواجهة آثار مثل هذه الازمات ، وكذا فى الجهود الترويجية والتسعيرية كما تبين أن الدول العربية الإسلامية سوف تستفيد من آثار الأزمة على الأجل الطويل من خلال زيادة السياحة البينية العربية بما يتطلب ضرورة وضع خطط للعمل العربى المشترك فى السياحة الدولية و البينية ايضا.

الفصـــل الثانـــي

الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

الفصل الثاني

الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

شهدت السياحة الدولية خلال العقود السبعة الماضية نموا كبيرا سواء من حيث عدد السائحين، أو الإيرادات السياحية؛ حيث حققت السياحة الدولية زيادة كبيرة في اعداد السائحين من ٤٣٨ مليون سائح عام ١٩٩٠ الي ٦٨٣ عام ٢٠٠٠ وصولا إلي ٨٨٠ مليون سائح عام ٢٠٠٩[١] ثم ٩٤٠ مليون سائح عام٢٠١٠ [٢]، كما زادت الإيرادات السياحية من ٢٦٤ مليار دولار عام ١٩٩٠ ثم ٤٧٨مليار دولار عام ٢٠٠٠[٣] حتي بلغت عام ٢٠٠٩ حوالي٨٥٢ مليار دولار، مما جعلها من أضخم القطاعات الاقتصادية وأكثرها إسهاما في عملية التنمية خاصة في الدول النامية.

وقد تطور نصيب الدول النامية من الحركة السياحية الدولية من ٣٢% عام ١٩٩٠ الي ٤٧% عام٢٠٠٩[٤]، وتعتبر كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا والتي تضم الدول العربية الإسلامية من المناطق السياحية الواعدة، والأسرع في معدلات نمو السائحين، والإيرادات السياحية مما كان له اثره علي اقتصاداتها كدول نامية خاصة منذ بداية الالفية الجديدة؛ **لذا يسعي هذا الفصل إلي التعرف علي الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية ويتم التحقق من ذلك في مبحثين:**

<u>المبحث الأول</u>: يتم فيه تحليل المؤشرين الأساسيين المستخدمين في قياس السياحة الدولية وهما عدد السائحين الدوليين الوافدين، والإيرادات السياحية وذلك علي مستوي منطقتي (الشرق الأوسط، وشمال افريقية") ثم

1- UNWTO, **World Tourism Highlights, 2010 edition,** op.cit, P. 4

2- **UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, Interim update Aug 2011,** p.3

3- UNWTO, **World Tourism Highlights, 2010 edition,** op.cit, P. 4

4- Ibid, P. 2.

علي مستوي **بعض الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأهم من السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية، وفقا لما هومتاح من بيانات** وذلك من خلال رصد **تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها (٢٠٠٠- ٢٠١١)**، مع بيان **الأهمية النسبية للسياحة البينية** في هذه الدول.

أما <u>المبحث الثاني</u>: فسوف يتعلق بدراسة **الأثر الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية** من خلال رصد دورها في خلق فرص العمل، والإسهام في الصادرات، والناتج المحلي الإجمالي، والاستثمار، وسوف يتم ذلك علي مستوي التحليل الفردي للبلدان وفقا لما هومتاح من بيانات.

<u>تمهيد</u>

يتناول الفصل الثاني الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية في مبحثين:

<u>الاول</u>: تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الاهم سياحيا في كل من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية وتشمل (المملكة العربية السعودية – مصر – سوريا – الاردن- لبنان –- تونس – المغرب) خلال الفترة (٢٠٠٠- ٢٠١١) حيث يتناول

أولا: تطور أعداد السائحين الدوليين في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠- ٢٠١١)

ثانيا: الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية وذلك من اجل استكمال الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية.

ثالثا:تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١)

<u>الثاني</u>: يتناول الأثر الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية من خلال رصد دورها في خلق فرص العمل، والإسهام في الصادرات، والناتج المحلي الإجمالي في الدول العربية الاسلامية السابق ذكرها.

المبحث الأول:

تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية:

تمهيد:

شهد كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا التي تضم الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) نموا في أعداد السائحين الدوليين مما انعكس علي نمو حجم الإيرادات السياحية وفيما يلي سوف يتم استعراض تطور أعداد السائحين الدوليين والإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية بما يعد مؤشرا مبدئيا للتعرف علي الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول.

اولاً: تطور أعداد السائحين الدوليين في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١)[*]:

(١) **منطقة الشرق الاوسط:**

تعتبر منطقة الشرق الأوسط من المناطق الواعدة في معدلات نمو السائحين فقد توقعت منظمة السياحة العالمية(**UNWTO**) معدل نمو سنوي للمنطقة يقدر بحوالي ٦.٧ % في المتوسط[١] وذلك حتى عام ٢٠٢٠، مع توقع بوصول نصيب المنطقة عام ٢٠٢٠ الي ٤.٤ %، الا انه وفقا لتقديرات المنظمة ٢٠١٠ يمثل نصيب منطقة الشرق الأوسط ٦.٤%[٢] من حجم السياحة الدولية، ويوضح الجدول التالي تطور عدد السائحين خلال الفترة (٢٠٠٠- ٢٠١٠):

---

* جميع الجداول الواردة بالفصل الثاني من اعداد الباحثة كما ان النسب المئوية حسبت بمعرفة الباحثة وتم التأكد منها من خلال ما هو متاح منها بالفعل في البيانات التي تم الحصول عليها.

1- **UNWTO,.2020 Vision,**
http://www.unwto.org, accessed: Feb., 2010.

2- **UNWTO, World Tourism Highlight 2011 edition,** p.4.

جدول (١): تطور أعداد السائحين بمنطقة الشرق الأوسط (٢٠٠٠ – ٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين(بالمليون)	معدل النموالسنوي٪
٢٠٠٠	٢٥.٢	–
٢٠٠١	٢٥	.٨-
٢٠٠٢	٢٩.٢	١٦.٨
٢٠٠٣	٣٠	٢.٧
٢٠٠٤	٣٥.٤	١٨
٢٠٠٥	٣٩.٢	١٠.٧
٢٠٠٦	٤٠.٩	٤.٣
٢٠٠٧	٤٦.٧	١٤.٢
٢٠٠٨	٥٥.٦	١٩
٢٠٠٩	٥٢.٩	٥-
٢٠١٠	٦٠.٧	١٤.٧

المصدر: (ا) بيانات السنوات (٢٠٠٠ - ٢٠٠٤):

Sesric, "International Tourism in The OIC Countries: prospects & challenges", ***Journal of Economic Cooperation***, 27-4, 2006, p. 67 **(http://www.sesric.org) accessed**: Dec., 2009..

(ب) بيانات السنوات ٢٠٠٥ -٢٠٠٦ :

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.5, No.1 Jan 2007, p.3, **www.unwto.org**, accessed: Jan 2009.

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩ مصدرها:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠ :

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9,op.cit, p.3.

يتضح من الجدول : تزايد أعداد السائحين بالمنطقة بشكل مطرد خلال الفترة محل الدراسة فيما عدا عام ٢٠٠١حيث انخفض معدل نمو السائحين بمقدار -٨% وذلك **نتيجة لأحداث** ١١ سبتمبر، بالإضافة **إلي تباطؤ الاقتصاد العالمي** خاصة وأن

السائحين الأمريكيين، وكثيرا من سائحي دول أوروبا الغربية قاموا **باستبدال الدول الواقعة في منطقة الشرق الأوسط بدول سياحية أخري** أكثر قربا وأكثر أمانا من وجهة نظرهم آنذاك؛ حيث ظهر اتجاه غير موافق للسياحة في الدول الإسلامية عموما والعربية خصوصا والتي كان موجها لها الاتهام في أحداث سبتمبر(١). إلا انه قد حدثت انفراجة في حركة السياحة الدولية بالمنطقة حيث ارتفعت أعداد السائحين من ٢٥مليون سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٢٩.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٢بمعدل نمو١٦.٨%، ثم ازداد عدد السائحين إلي ٣٠ مليون سائح عام ٢٠٠٣ بمعدل نمو منخفض يقدر بحوالي ٢.٧% فقط، ويعود ذلك إلي **تصاعد الأزمة العراقية**، بالإضافة إلي **ظهور مرض سارس SARS**، ثم عاود معدل النمو السياحي الزيادة بنحو١٨% عام ٢٠٠٤ وازدادت أعداد السائحين إلي ٣٥.٤ مليون سائح، وظلت تتزايد بمعدلات نمو منخفضة خلال عامي ٢٠٠٥ ، ٢٠٠٦ حيث الظروف السياسية جراء حرب لبنان ٢٠٠٦ و من قبلها اغتيال الحريري ٢٠٠٥. حتى بلغت حوالي ٤٧ مليون سائح عام ٢٠٠٧ وذلك بمعدل نمو١٤.٢% بالمقارنة بعام ٢٠٠٦، واستمرت المنطقة في جذب المزيد من السائحين الدوليين في عام ٢٠٠٨ وهو عام **بداية أزمة الرهن العقاري**(*) التي تعد الأعنف منذ الكساد الكبير (١٩٢٩-١٩٣١) حيث زاد معدل نمو السائحين عام ٢٠٠٨ إلي ١٩% وحققت المنطقة زيادة في أعداد السائحين الدوليين حيث بلغ عددهم حوالي ٥٥.٦ مليون سائح وكان ذلك بفضل الأثر التحويلي لسياحة الدول المجاورة او السياحة البينية (**) للمنطقة وهو ما استفادت منه سابقا في أزمة ١١ سبتمبر حيث كانت الأقل تأثرا من السياحة الوافدة من خارج المنطقة، الا ان اثر الازمة المالية انعكس علي اعداد السائحين عام ٢٠٠٩ حيث انخفض معدل نموهم بما يعادل -٥% رغم ذلك كان عام ٢٠١٠ قد

١- جليلة حسن حسنين، " الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها علي السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، في: جليلة حسنين (المحرر)، *دراسات في التنمية السياحية*، الناشر المؤلف، ٢٠٠٧، ص ص ٢٠٣- ٢٦٠.

* راجع الفصل الأول.

** أشار لذلك عدد من تقارير منظمة السياحة العالمية مع بعض التقارير الفردية لبعض الدول محل الدراسة، وهذا ما سوف يشار اليه لاحقا في هذا الفصل، وراجع ايضا الفصل الاول .

حمل زيادة كبيرة في اعداد السائحين الوافدين الي المنطقة حيث بلغ عددهم ٦٠.٧ مليون سائح بمعدل نمو ١٤.٧%[1] وهذا يعكس التاثيرات الايجابية للجهود التي بذلتها الجهات السياحية ذات الاختصاص من اجل مواجهة الاثار السلبية للازمة.

هذا علي مستوي المنطقة ككل، وفيما يلي سوف يتم استعراض تطور الحركة السياحية الدولية **علي مستوي الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الاكبر من هذه الحركة بمنطقة الشرق الاوسط**، وهي **(المملكة العربية السعودية**، مصر، سوريا ، الاردن، لبنان).

- **المملكة العربية السعودية**

تعد المملكة العربية السعودية ثاني اكبر دولة مستقبلة للسائحين الدوليين في المنطقة إذ يمثل نصيبها النسبي ما يوازي ١٨% من الحركة السياحية الدولية الوافدة للمنطقة (*)، وذلك وفقا لإحصاءات كل من **الهيئة العامة للسياحة والاثار السعودية**، ومنظمة UNWTO لعام ٢٠١٠، وفيما يلي تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إليها خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١٠).

1- UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, op.cit, p.3

* علي الرغم من ان اعداد الوافدين للحج والعمرة تمثل وفقا لاحصاءات عام ٢٠١٠ حوالي ٤٥% من اجمالي اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي المملكة، الا ان النشاط السياحي لا يقتصر فقط علي هذا الغرض وانما تحتل السياحة الوافدة بغـرض الاعمـال والمؤتمرات المركز الثاني بنسبة ٢٤.٥%.ثم لزيارة الاقارب والاصدقاء المركز الثالـث بما يمثل حوالي ١١.٩% من اجمالي اعداد السائحين الدوليين الوافدين للمملكة، بخـلاف كل من التسوق و الترفيه و الاغراض الاخري بما يمثل حوالي ٢.٣ % لكل من التسوق و الترفيه و ١٣% للأغراض الاخري ، راجـع : **الهيئـة العامـة للسـياحة والآثـار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الاحصاءات السياحية ٢٠١٠ :** http://www.mas.gov.sa, accessed: Jul., 2011

جدول (٢): عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي المملكة العربية السعودية (٢٠٠٠-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النموالسنوي ٪
٢٠٠٠	٦.٥٩	-
٢٠٠١	٦.٧٤	٢.٣
٢٠٠٢	٧.٥١	١١.٤
٢٠٠٣	٧.٣٣	-٢.٤
٢٠٠٤	٨.٦٠	١٧.٣
٢٠٠٥	٨.٠	-٧
٢٠٠٦	٨.٦٢	٧.٨
٢٠٠٧	١١.٥٣	٣٣.٨
٢٠٠٨	١٤.٧٦	٢٨
٢٠٠٩	١٠.٨٩	-٢٦.٢
٢٠١٠	١٠.٨٥	-٠.٤

المصدر:

(أ) بيانات الأعوام من ٢٠٠٠- ٢٠٠٢:

Sesric, op. cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٣ - ٢٠٠٧:

UNWTO, Yearbook of tourism statistics, 2003-2007, 2009 edition, p. 686.

(ج) بيانات ٢٠٠٨، ٢٠٠٩ :

الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الاحصاءات السياحية اعداد٢٠٠٨، ٢٠٠٩

(**http://www.mas.gov.sa**), **accessed:** Aug., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠: الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الاحصاءات السياحية ٢٠١٠:

http://www.mas.gov.sa, accessed: Jul., 2011

يتضح من الجدول السابق تزايد أعداد السائحين باستمرار نظرا لما توليه المملكة من اهتمام بقطاع السياحة منذ إنشاء الهيئة العليا للسياحة عام ٢٠٠٢ إلا أن عام ٢٠٠٣ قد شهد انخفاضا في أعداد السائحين بنسبة -

٢.٤% مقارنة بعام ٢٠٠٢، ويرجع ذلك إلي ظروف الغزو الأمريكي للعراق، أما عام ٢٠٠٥ فقد شهد وفاة عاهل السعودية وكذلك اغتيال رفيق الحريري رئيس الوزراء اللبناني وانخفض فيه أعداد السائحين الدوليين الوافدين للمملكة بنسبة -٧% تقريبا بالمقارنة بعام ٢٠٠٤. وقد كان اعلي معدل نمو سياحي من نصيب عام ٢٠٠٧ حيث بلغ ٣٣.٨%.

ووفقا لبيانات الهيئة العامة للسياحة والآثار فقد شهد عام ٢٠٠٩ انخفاضا في معدل النمو السياحي بحوالي -٢٦ % حيث انخفض أعداد السائحين إلي ١٠.٨٩ مليون سائح، **ويرجع ذلك إلي حدوث الأزمة المالية العالمية، والتي تزامنت مع تفشي وباء أنفلونزا الخنازير** مما أدي إلي قيام كثير من الحكومات **بتحذير مواطنيهم من السفر للحج والعمرة**.[١] **وجاء عام ٢٠١٠ ليشير الي نقص بمعدل -٠.٤% في عدد السائحين الدوليين الوافدين.**

- **مصر:**

تطورت أعداد السائحين الدوليين خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) في مصر كما يتضح من الجدول التالي:

١- الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، ملخص لأهم المؤشرات السياحية خلال الفترة ٢٠٠٤ - ٢٠٠٩

(http://www.mas.gov.sa, accessed: Aug, 2010.

جدول (٣): عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي مصر (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النموالسنوي٪
٢٠٠٠	٥.١	-
٢٠٠١	٤.٤	-١٣.٧
٢٠٠٢	٤.٩	١١.٤
٢٠٠٣	٥.٧	١٦.٣
٢٠٠٤	٧.٧	٣٥
٢٠٠٥	٨.٢	٦.٥
٢٠٠٦	٨.٦	٤.٩
٢٠٠٧	١١	٢٨
٢٠٠٨	١٢.٨	١٦.٤
٢٠٠٩	١٢.٥	-٢.٣
٢٠١٠	١٤.٧	١٧.٦
٢٠١١	١٢.٨	-١٣

المصدر:

(ا) بيانات ٢٠٠٠ -٢٠٠١:

Sesric, op.cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مركز الابحاث الاحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية ، السياحة الدولية في البلدان الاعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي : الافاق والتحديات، ص ٤٧.

(http://www.sesric.org/news_details_ar.php), accessed: Dec., 2009.

(ج) بيانات ٢٠٠٧ -٢٠٠٩ :

Ministry of Tourism: Tourists & Tourist Nights, 2007-2009, (http://www.tourism.gov.eg), accessed: Dec., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي ٢٠١٠ :

www.tourism.gov.eg, accessed: Apr., 2011.

(هـ) بيانات ٢٠١١:

WTTC, travel & tourism economic Impact, Egypt, 2011, P.7

يشير الجدول إلي الزيادة المستمرة في أعداد السائحين الوافدين إلي مصر فيما عدا عام ٢٠٠١ حيث انخفضت أعداد السائحين من ٥.١ مليون سائح عام

٢٠٠٠ إلي ٤.٤ مليون سائح بمعدل يقـدر بحـوالي -١٣.٧%، وذلـك بسبب **أحداث ١١سبتمبر**، إلا أن الزيادة في أعداد السائحين استمرت منذ عام ٢٠٠٢ وحتى عام ٢٠٠٨، وكان اعلي معدلات نمو السائحين عـام ٢٠٠٤ حيث بلغت ٣٥% بما يقدر بحوالي ٧.٧ مليون سـائح بعـد أن كانت١٦.٣ % عام ٢٠٠٣ بما يعادل ٥.٧ مليون سائح في عام ٢٠٠٣، واستمر النمو السياحي ولكن بمعـدلات منخفضـة حيـث زادت أعـداد السائحين في ٢٠٠٥ بنسبة ٦.٥% تقريبا، وفي عام ٢٠٠٦ بمعدل ٤.٩% حتى ارتفع معدل النمو السياحي عام ٢٠٠٧ بنسـبة ٢٨% ليبلـغ عـدد السائحين ١١ مليون سائح بعد أن كانوا ٨.٦ مليون سائح عـام ٢٠٠٦. وعلي الرغم من **حدوث الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨** إلا أن عـدد السائحين زاد بمعدل يقدر بحوالي ١٦.٤%حيث تطور عدد السائحين إلي ١٢.٨ مليون سائح.[1] حتي القت الازمة بظلالها علي عام ٢٠٠٩ حينما كان الانخفاض في معدل النمو السياحي بحوالي -٢.٣ %. ووفقا لبيانات UNWTO، ووزارة السياحة المصرية عام ٢٠١٠ فان مصـر تحتـل المركز الاول في نصيبها من الحركة السياحية بالمنطقـة حيـث يمثـل نصيبها حوالي ٢٤.٢ %، واخيرا فقد كانت الزيادة في عام٢٠١٠ حوالي ١٧.٦%، ثم تاتي توقعات ٢٠١١ لمنظمة WTTC لتشير الي انخفـاض في معدل النمو السياحي وقدره -١٣%.

- **سوريا:**

تطورت اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١)، واصبح نصيبها من حركة السياحة الدولية الوافدة الي المنطقة حوالي ١٤% وذلك وفقا لبيانات UNWTO عام ٢٠١٠ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

1- UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9

جدول (٤): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا (٢٠٠٠ – ٢٠١١)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النموالسنوي٪
٢٠٠٠	١.٤	–
٢٠٠١	١.٣	٧–
٢٠٠٢	٢.٢	٦٩
٢٠٠٣	٢	٩–
٢٠٠٤	٣	٥٠
٢٠٠٥	٣.٤	١٣.٣
٢٠٠٦	٤.٤	٢٩.٤
٢٠٠٧	٤.٢	٤.٥–
٢٠٠٨	٥.٤	٢٨.٦
٢٠٠٩	٦.١	١٣
٢٠١٠	٨.٥	٣٩.٣
٢٠١١	٨.٥	–

المصدر:

(أ) بيانات السنوات (٢٠٠٠ – ٢٠٠١):

Sesric, op. cit.

(ب) بيانات السنوات ٢٠٠٢ –٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ٧٣

(ج) بيانات ٢٠٠٧ – ٢٠٠٩:

UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(ه) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Syria, 2011, p.7.

يوضح الجدول ان معدلات نمو السائحين كانت ايجابية – رغم تفاوتها – خلال الفترة محل الدراسة فيما عدا سنوات ٢٠٠٣، ٢٠٠٧ حيث كان معدل النمو سالبا بما يقدر بحوالي -٩%، -٤.٥ % علي الترتيب، ويمكن ارجاع ذلك الي ان عام ٢٠٠٣ كان العام الذي شهد الازمة العراقية ومع التركيز الإعلامي

علي ذلك فقد تولد لدي السائحين الدوليين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها، ورغم ان عام ٢٠٠٨ هو عام لازمة الرهن العقاري الا انه حمل زيادة في اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا بنسبة ٢٨.٦، بينما كان عام ٢٠٠٩ العام الذي ظهر فيه الاثر السلبي للازمة المالية العالمية لتنخفض معدل النمو السياحي الايجابي الي١٣% .

- **الأردن:**

فيوضح الجدول التالي أعداد السائحين الوافدين إلي الأردن خلال الفترة من (٢٠٠٠-٢٠١١)، ومعدلات النمو السنوي.

جدول (٥): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي الأردن (٢٠٠٠ – ٢٠١١)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النموالسنوي٪
٢٠٠٠	١.٤٢	–
٢٠٠١	١.٤٧	٣.٥
٢٠٠٢	٢.٣٨	٦٢
٢٠٠٣	٢.٣٥	١.٣-
٢٠٠٤	٢.٨٥	٢١.٣
٢٠٠٥	٢.٩٨	٤.٦
٢٠٠٦	٣.٢٢	٨
٢٠٠٧	٣.٤٣	٦.٥
٢٠٠٨	٣.٧٢	٨.٥
٢٠٠٩	٣.٧٨	١.٦
٢٠١٠	٤.٥٦	٢٠.٦
٢٠١١	٤.٤٠	٣.٥-

المصدر: (ا) بيانات ٢٠٠٠ –٢٠٠١:

Sesric, op.cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ –٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ٥٢.

(ج) بيانات ٢٠٠٧، ٢٠٠٨، ٢٠٠٩ :

UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة والاثار الاردنية ، النشرة الاحصائية السياحية ، ٢٠١٠:

http://www.tourism.jo/, accessed: Jul, 2011.

(ه) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Jordan, 2011, p.7.

يتضح من الجدول أن أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلي الأردن قد بلغت أعلي معدلات نموها عام ٢٠٠٢ (٦٢%) حيث زادت أعداد السائحين من ١.٤٧ عام ٢٠٠١ إلي ٢.٣٨مليون سائح، ولم يتجه معدل النمو السياحي نحو السالب إلا عام ٢٠٠٣ حيث انخفضت أعداد السائحين إلي ٢.٣٥ مليون سائح بنسبة -١.٣% نتيجة الأزمة العراقية، ثم عاودت الارتفاع بنسبة ٢١.٣% عام ٢٠٠٤ حيث بلغ عدد السائحين ٢.٨٥ مليون سائح، وفي عام ٢٠٠٥ زاد معدل نمو السائحين بنسبة ٤.٦%، اما عام ٢٠٠٦ فقد شهد زيادة في معدل النمو السياحي بحوالي ٨% وظلت معدلات النمو في الاتجاه الايجابي حتى في ظل الأزمة المالية العالمية حيث زادت إلي ٨.٥% وبلغ عدد السائحين عام ٢٠٠٨ حوالي ٣.٨ مليون سائح بينما انخفض معدل النمو عام ٢٠٠٩ الي ١.٦% نتيجة الازمة المالية العالمية ، ثم حدثت زيادة تقدر بحوالي ٢٠.٦% عام ٢٠١٠. الا ان توقعات عام ٢٠١١ قد اشارت الي انخفاض قدره -٣.٥% في معدل النموبينما كانت نسبة الزيادة في اعداد السائحين عام ٢٠١٠ يزيد علي ٢٠%.

ووفقا لإحصاءات كل من UNWTO ، ووزارة السياحة و الاثار الاردنية ٢٠١٠ فان الأردن تمتلك ٧.٥% تقريبا من السوق السياحي في منطقة الشرق الأوسط .

- **لبنان**:

يوضح جدول(٦) تطور اعداد السائحين الدوليين خلال الفترة محل الدراسة حتي بلغ نصيبها النسبي حوالي ٣.٦ % من حجم السياحة الدولية الوافدة الي منطقة الشرق الاوسط وذلك وفقا لبيانات UNWTO عام ٢٠١٠؛ حيث كانت معدلات نمو السائحين ايجابية فيما عدا عام ٢٠٠٥ حيث انخفض معدل نمو السائحين الي -١٥.٤% حيث كان العام الذي تم فيه اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري، وكذلك كان عام ٢٠٠٧ والذي اعقب حرب يونيو٢٠٠٦ حيث اسفرت هذه الاحداث عن انخفاض اعداد السائحين بما يقدر بحوالي -٩%.

بينما كان عام ٢٠٠٩ عاما مميزا في السياحة الدولية اللبنانية حيث زادت اعداد السائحين بما يوازي ٤٦% وذلك رغم ازمة الرهن العقاري

التي القت بظلالها علي السياحة الدولية في كثير من الدول الا ان السبب الرئيسي في ذلك هو زيادة اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية وهوما سوف يتم تناوله لاحقا، كما انخفضت نسبة الزيادة عام ٢٠١٠ الي ١٥.٨% بل حمل عام ٢٠١١ نموا سلبيا يقدر بحوالي - ١٣.٦%.

جدول (٦): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي لبنان(٢٠٠٠ -٢٠١١)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النموالسنوي٪
٢٠٠٠	٠.٧٤٢	-
٢٠٠١	٠.٨٣٧	١٢.٨
٢٠٠٢	.٩٥٦	١٤.٢
٢٠٠٣	١	٤.٦
٢٠٠٤	١.٣	٣٠
٢٠٠٥	١.١	-١٥.٤
٢٠٠٦	١.١	-
٢٠٠٧	١	-٩
٢٠٠٨	١.٣	٣٠
٢٠٠٩	١.٩	٤٦
٢٠١٠	٢.٢	١٥.٨
٢٠١١	١.٩٣	-١٢.٣

المصدر: (أ) البيانات ٢٠٠، ٢٠٠١ :

Sesric, op.cit.

(ب) البيانات من ٢٠٠٢ إلي ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ٥٦

(ج) بيانات ٢٠٠٨، ٢٠٠٧، ٢٠٠٩:

UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact , Lebanon, 2011, p.7.

(٢) **منطقة شمال افريقية:**

تطورت الحركة السياحية بالمنطقة خلال الفترة محل الدراسة حيث زادت أعداد السائحين الوافدين للمنطقة من ١٠.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٠ لتصبح ١٣.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٥ ثم بلغت ١٦.٣مليون عام ٢٠٠٧ وصولا إلي ١٧.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٨ ثم ١٧.٦ مليون سائح عام ٢٠٠٩[1] حتي بلغت حوالي ١٨.٧ مليون سائح عام ٢٠١٠.[2] بينما انخفض معدل النمو السياحي عام ٢٠٠٨ إلي ما يقارب ٥% وهو العام الذي بدأت منه الأزمة المالية حيث بلغ عدد السائحين ١٧.٢ مليون سائح[*]، ويرجع خبراء منظمة **UNWTO** ذلك التفوق للمقاصد العربية الإسلامية في شمال افريقية لما تتمتع به من أسعار تنافسية مقارنة بمقاصد أخري خاصة مقاصد شمال المتوسط بالإضافة إلي سهولة الوصول إلي تلك المقاصد سواء كانت المغرب أو تونس، وفي عام ٢٠٠٩ فقد بلغ معدل النمو السنوي بالمنطقة ٢.٩%.[**]

وعند استعراض تطور أعداد السائحين في **المقصدين السياحيين الأهم في منطقة شمال افريقية** يتضح ما حققتاه من تطور في أعداد السائحين خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١١) وذلك وفقا للجدول التالي:

1- Ibid, p.4.

2- UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, OP., p.3

* لمزيد من المعلومات راجع :

UNWTO, World Tourism Barometer, Jan 2010, op.cit p.5

** راجع الفصل الاول.

جدول (٧): تطور أعداد السائحين الوافدين إلي المغرب وتونس (٢٠٠٠ – ٢٠١١)

السنة	أعداد السائحين الوافدين للمغرب (بالمليون)	معدل النمو السنوي٪	أعداد السائحين الوافدين إلي تونس (بالمليون)	معدل النمو السنوي ٪
٢٠٠٠	٤.٢٧٨	–	٥.٠٥٨	–
٢٠٠١	٤.٣٨٠	٢.٤	٥.٣٨٧	٦.٥
٢٠٠٢	٤.٤٥٣	١.٧	٥.٠٦٤	٦ –
٢٠٠٣	٤.٧٦١	٦.٩	٥.١١٤	١
٢٠٠٤	٥.٤٧٧	١٥	٦	١٧.٣
٢٠٠٥	٥.٨٤٣	٦.٧	٦.٣٧٨	٦.٣
٢٠٠٦	٦.٥٥٨	١٢.٢	٦.٥٥٠	٢.٧
٢٠٠٧	٧.٤٠٨	١٣	٦.٧٦٢	٣.٢
٢٠٠٨	٧.٨٧٩	٦.٤	٧.٠٤٩	٤.٢
٢٠٠٩	٨.٣٤١	٦–	٦.٩٠١	٢–
٢٠١٠	٩.٢٨٨	١١.٤	٦.٩٠٢	٠.٠١
٢٠١١	١٠.٣	١٠.٨	٦.٧	٢.٩–

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٠ –٢٠٠١:

Sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ – ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ص ٦١، ٧٥.

(ج) بيانات ٢٠٠٧–٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011, p.7.

Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2011, p.7

- **تونس:**

ازدادت أعداد السائحين فيما بين عامي (٢٠٠٠-٢٠٠٩) بمعدل نمو قدره ٣٦% تزايدت خلالها أعداد السائحين بمعدلات نمو سنوي تراوحت بين ١% عام ٢٠٠٣ إلي ١٧.٣% عام ٢٠٠٤ ولم تنخفض معدلات النمو السياحي إلا عام ٢٠٠٢ العام الذي وقعت فيه حادثة جربة حيث كان معدل النمو سالبا (- ٦) وكان عدد السائحين قد انخفض إلي ٥ مليون سائح بعد أن كان ٥.٣٨ مليون سائح عام ٢٠٠١، وفي عام ٢٠٠٧ كان عدد السائحين حوالي ٦.٨ مليون سائح، بينما زاد عام ٢٠٠٨ حيث الأزمة المالية العالمية كانت تونس قد حققت معدل نمو ايجابي يقدر بحوالي ٤.٢% ليصل عدد السائحين إلي٧ مليون سائح، بينما ظهر الانخفاض في معدل النمو عام ٢٠٠٩ بنسبة -٢% بعدد ٦.٩ مليون سائح، كما توقع تقرير WTTC ٢٠١١ ان ينخفض اعداد السائحين الدوليين في تونس عام ٢٠١١ الي ٦.٧ مليون سائح.

- **المغرب:** تشير بيانات الجدول إلي ارتفاع أعداد السائحين الوافدين حيث زاد عدد السائحين من٤.٢ مليون سائح عام٢٠٠٠ حتى بلغت ٤.٣ مليون سائح بمعدل نمو يقدر بحوالي ٢.٤%، وظلت تتزايد معدلات النمو السنوي حتى بلغت أقصي معدلاتها عام ٢٠٠٤، وبلغ عدد السائحين ٥.٤ مليون سائح بمعدل نمو١٥%، ثم ظلت أعداد السائحين تتزايد حتى بلغ عددهم عام ٢٠٠٨ حوالي ٧.٤ مليون سائح، وقد استطاعت المغرب عام ٢٠٠٨مواجهة الأزمة المالية حيث زادت أعداد السائحين إلي ٧.٨ مليون سائح بمعدل نمو ٦.٤ %، بينما انخفض اعداد السائحين الدوليين بنسبة -٦% عام ٢٠٠٩ مما يشير الي ظهور اثار الازمة المالية العالمية.، كما توقع تقرير WTTC ٢٠١١ ان يصل اعداد السائحين الدوليين في المغرب عام ٢٠١١ الي ١٠.٣مليون سائح.

جدير بالذكر ان نصيب المغرب و تونس معا من اجمالي السياحة الدولية الوافدة الي منطقة شمال افريقية يقارب حوالي ٨٦.٦% وفقا لبيانات عام ٢٠١٠.

بصورة عامة يتضح **تزايد أعداد السائحين في الدول العربية الإسلامية** سواء تلك الواقعة في شمال افريقية أو الشرق الأوسط باستمرار **فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات مما يعطي مؤشرا مبدئيا حول تنامي الحركة السياحية الوافدة** إلي هذه الدول ، كما يلاحظ ان عام ٢٠١٠ كان عاما ذا مؤشرات ايجابية حول تعافي السياحة الدولية بصورة عامة سواء في دول منطقة الشرق الاوسط او دول شمال افريقية، بينما جاء عام ٢٠١١ بانخفاض ملحوظ في حجم اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي دول منطقة الشرق الاوسط كافة، و كذا في تونس و التي شهدت جميعها احداث الثورات العربية.

وحتى تكتمل الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية فانه من الضروري الإشارة أيضا إلي التطور الحادث في السياحة البينية، لذا يتم إفراد الجزء التالي للتعرف علي الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية.

ثانيا :الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية:

سبقت الإشارة في الفصل الأول إلي أن **السياحة البينية تعد أقل تأثراً بالضغوط والأزمات الاقتصادية والسياسية**؛ لذا فهى تسهم فى تقليل الاعتماد على السياحة الوافدة من خارج الإقليم inter -regional والتى تتسم بأنها أكثر حساسية لهذه الظروف مما يعني أنها تساعد في **تحقيق الاستقرار السياحي علي المدى الطويل** خاصة في ظل الأزمات السياسية التي تعاني منها بعض الدول العربية الإسلامية التي تقع في كل من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية وفيما يلي سوف تتم الإشارة إلي الأهمية النسبية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية المشار إليها في الجزء السابق.

- **المملكة العربية السعودية**

فيلاحظ ارتفاع الاهمية النسبية لأعداد السائحين الوافدين إليها من الدول العربية الإسلامية بما يقارب ٦٠% من إجمالي أعداد

السائحين الدوليين الوافدين بل إن كلا من عامي ٢٠٠٤، ٢٠٠٥ قد شهد ارتفاع هذه النسبة إلي ما يزيد عن ٧٠ % حتي بلغت النسبة حوالي ٧٥.٢% عام ٢٠٠٩. وفيما يلي يوضح الجدول أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٣ – ٢٠١٠):

جدول (٨): اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية الي المملكة العربية السعودية (٢٠٠٣-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية إلي إجمالي السياحة الوافدة ٪
٢٠٠٣	٣.٩٢	٥٣.٤
٢٠٠٤	٥.١٤	٥٩.٨
٢٠٠٥	٥.٨٤	٧٣
٢٠٠٦	٥.٧٧	٦٧
٢٠٠٧	٧.٩٤	٦٤.٥
٢٠٠٨	١٠.٣	٦٩.٧
٢٠٠٩	٨.٧٤	٨٠.٣
٢٠١٠	٨.٥٠	٧٨.٣

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٣:

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2003-2007, 2009 edition, pp. 686,689.

(ب) بيانات ٢٠٠٤-٢٠٠٨ :

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004-2008, 2010 edition, pp..695,698.

(ج) بيانات٢٠٠٩ : الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والابحاث السياحية ،الاحصاءات السياحية٢٠٠٩، مرجع سابق، ص ص ١٥، ١٦.

(د) بيانات ٢٠١٠ : الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والابحاث السياحية، الاحصاءات السياحية٢٠١٠، مرجع سابق، ص ص. ١٨، ١٩.

* **<u>مصر:</u>**

يلاحظ انه علي الرغم من زيادة أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلي مصر بين عامي (٢٠٠٠-٢٠١٠) إلا أن هناك تفاوتا في النسبة التي تمثلها إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلي مصر من عام لآخر، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (٩): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلي مصر (٢٠٠٠-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين من الدول العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية لإجمالي السياحة الدولية الوافدة ٪
٢٠٠٠	٠.٩٩٥	١٩.٥
٢٠٠١	٠.٩٧٢	٢٢
٢٠٠٢	١.١	٢٢.٤
٢٠٠٣	١.٣	٢٢.٨
٢٠٠٤	١.٥	١٩.٥
٢٠٠٥	١.٧	٢٠.٧
٢٠٠٦	١.٩	٢٢
٢٠٠٧	٢	١٨
٢٠٠٨	٢	١٥.٦
٢٠٠٩	١.٩	١٥.٢
٢٠١٠	٢	١٣.٦

<u>المصدر:</u> (أ)البيانات من ٢٠٠٠-٢٠٠٦: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، ديسمبر ٢٠٠٨، ص ٣٤٧.

(ب) بيانات ٢٠٠٧-٢٠٠٩:وزارة السياحة المصرية :

Ministry of Tourism, Inbound Tourism, Arab Tourists & Tourist Nights, 2007 – 2009. (<u>http://www.tourism.gov.eg</u>), accessed: Dec., 2010.

(ج) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي عام ٢٠١٠ :

(<u>http://www.tourism.gov.eg</u>), accessed Apr., 2011.

يوضح الجدول زيادة مستمرة في أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلي مصر من ٩٩٥ الف سائح عام ٢٠٠٠ حتي بلغت ١.١ مليون سائح عام ٢٠٠٢ ثم ١.٥ مليون سائح عام ٢٠٠٤، ١.٧ مليون سائح عام ٢٠٠٥ ثم ١.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٦ ثم ٢ مليون سائح عامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨ اما عام ٢٠٠٩ فقد انخفضت إلي ١.٩ مليون سائح، بينما عادت عام ٢٠١٠ لتصبح ٢ مليون سائح .

وعلي الرغم من أن هناك زيادة في أعداد هؤلاء السائحين إلا أن هناك **انخفاضا في الأهمية النسبية**؛ حيث كانت تمثل عام ٢٠٠٠ حوالي ١٩.٥% من جملة السياحة الدولية الوافدة ثم ٢٢% عام ٢٠٠١ وذلك بفضل السياحة البينية، ثم أخذت في الانخفاض حتى وصلت إلي ١٥.٦ % عام٢٠٠٨، ثم ١٥.٢ % عام ٢٠٠٩، **ويمكن إرجاع ذلك إلي الزيادة الإجمالية في اعداد السائحين الدوليين الوافدين إلي مصر خصوصا من الأوربيين**، مما أدي إلي زيادة الأهمية النسبية لها **علي حساب السياحة البينية** حيث تطورت أعداد السائحين الأوربيين من ٣.٨ مليون سائح عام٢٠٠٠ ممثلة ٧٤.٥% وظلت بين ارتفاع وانخفاض، حتى بلغت ٧٥% بحجم ٩.٦ مليون سائح عام ٢٠٠٨ ثم ٧٥.٢ % عام ٢٠٠٩، واخيرا ٧٦ % عام ٢٠١٠. ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٠): الأهمية النسبية للسياحة الأوربية الوافدة إلي مصر(٢٠٠٠-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين الأوربيين (بالمليون)	الأهمية النسبية لإجمالي السياحة الوافدة ٪
٢٠٠٠	٣.٨	٧٤.٥
٢٠٠١	٣.١	٧٠.٥
٢٠٠٢	٣.٦	٧٣.٥
٢٠٠٣	٤.٢	٧٣.٧
٢٠٠٤	٥.٩	٧٦.٦
٢٠٠٥	٦.١	٧٤.٤
٢٠٠٦	٦.٢	٧٢
٢٠٠٧	٧.٩	٧١.٨
٢٠٠٨	٩.٦	٧٥
٢٠٠٩	٩.٤	٧٥.٢
٢٠١٠	١١.٢	٧٦.٢

المصدر: (أ) البيانات من ٢٠٠٠-٢٠٠٦: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، مرجع سابق، ص ٣٤٧.

(ب) بيانات عامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨: الجهاز المركزي للتعبئة العامة الإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات السياحة، مرجع سابق .

http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm), accessed: Jul, 2010.

(ج) بيانات ٢٠٠٩ : وزارة السياحة المصرية، عدد السياح الأجانب الواصلين البلاد والرحلات السريعة خلال عام ٢٠٠٩

(http://www.tourism.gov.eg), accessed: Dec., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي عام ٢٠١٠، مرجع سابق.

- **سوريا:**

تطور عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية من ١.١ مليون سائح عام ٢٠٠٠ ممثلة ٧٨.٦% من إجمالي السياحة الدولية الوافدة لسوريا إلي ان بلغت ٣.٣ مليون عام

٢٠٠٨ واصبحت تمثل ٦١% من إجمالي اعداد السائحين، يشير ذلك بصورة عامة الي انخفاض ملحوظ في الأهمية النسبية للسياحة البينية الوافدة لسوريا علي حساب الجنسيات الأخرى؛ ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١١): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية الي سوريا (٢٠٠٢-٢٠٠٩)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	الأهمية النسبية إلي إجمالي السياحة الوافدة ٪
٢٠٠٠	١.١	٧٨.٦
٢٠٠١	١.٢	٩٢.٣
٢٠٠٢	١.٥	٦٨.٢
٢٠٠٣	١.٥	٧٥
٢٠٠٤	٢.٣	٧٦.٧
٢٠٠٥	٢.٥	٧٣.٥
٢٠٠٦	٣.٥	٧٩.٥
٢٠٠٧	٣.٦	٨٥.٧
٢٠٠٨	٣.٣	٦١
٢٠٠٩	٣.٦	٥٩

المصدر: وزارة السياحة السورية، تطور عدد السياح حسب الجنسية والسنوات ٢٠٠٠- ٢٠٠٩ ، مرجع سابق.

- **الأردن:**

يمثل حجم السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية نسبة كبيرة من إجمالي السائحين الدوليين الوافدين للأردن **بما يزيد عن النصف** ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٢): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية الي الاردن (٢٠٠٢-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (سائحي المبيت بالمليون)	الأهمية النسبية إلي إجمالي السياحة الوافدة ٪
٢٠٠٢	١.٥١	٦٣.٤
٢٠٠٣	١.٤٧	٦٢.٥
٢٠٠٤	١.٧٩	٦٢.٨
٢٠٠٥	١.٨٥	٦٢
٢٠٠٦	١.٨٧	٥٨
٢٠٠٧	١.٧٣	٥٠.٤
٢٠٠٨	١.٨١	٤٨.٦
٢٠٠٩	١.٩٠	٥٠.٣
٢٠١٠	٢.١٢	٤٦.٥

المصدر: وزارة السياحة والآثار الاردنية ، الإحصاءات السياحية للأردن أعوام ٢٠٠٤، ٢٠٠٧، ٢٠٠٨، ٢٠٠٩:

http://www.tourism.jo/GuestBook/Statistics_ar.asp

يلاحظ من خلال الجدول السابق

تناقص الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلي الأردن حيث انخفضت من ٦٣.٤% عام ٢٠٠٢ إلي أن بلغت ٤٨.٦% عام ٢٠٠٨ وذلك علي الرغم من ازدياد أعداد هؤلاء السائحين من ١.٥١ مليون سائح عام ٢٠٠٢ إلي ١.٨١ مليون سائح عام ٢٠٠٨، ثم الي ١.٩٠ مليون سائح عام ٢٠٠٩، **ويرجع ذلك إلي زيادة الأهمية النسبية للوافدين من الجنسيات الأخرى علي حساب السياحة البينية**، ومن الممكن إرجاع ذلك إلي محاولة الأردن بذل المزيد من الجهود لجذب السائحين من الجنسيات الأخرى بالإضافة إلي سياستها الخارجية الموائمة للغرب (الأوربيين – الأمريكيين).

- **لبنان:**

تمثل السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية أهمية كبري بما لا يقل عن ٤٠% ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٣): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية الي لبنان (٢٠٠٢-٢٠٠٩)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (بالألف)	الأهمية النسبية ٪
٢٠٠٢	٤١٩	٤٣.٨
٢٠٠٣	٤٣٧	٤٣.٧
٢٠٠٤	٥٤٤	٤١.٨
٢٠٠٥	٤٥٠	٤١
٢٠٠٦	٤٤٨	٤٠.٧
٢٠٠٧	٣٩٩	٤٠
٢٠٠٨	٥٤٨	٤٢.٢
٢٠٠٩	٧٨٦	٤١.٤

المصدر: (أ) البيانات من ٢٠٠٢ - ٢٠٠٣ (*)

UNWTO, Year book of Tourism Statistics, op.cit, pp. 437, 440.

(ب) بيانات ٢٠٠٤-٢٠٠٧ :

UNWTO, Year book of Tourism Statistics,2004-2008 op.cit, pp. 443-446.

(ج) بيانات ٢٠٠٨،٢٠٠٩: وزارة السياحة لبنان:

http://www.lebanon-tourism.gov.lb/ministry/statistics), accessed: Aug., 2010

---

* تم حساب مجموع الوافدين العرب إلي لبنان من منطقتي الشرق الأوسط وشمال افريقية عبر السنوات المختلفة بمعرفة الباحثة

• **تونس:**

وفقا للإحصاءات المتاحة تمثل سياحة الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلي **تونس** نسبة كبيرة من حجم السياحة الدولية ويتضح ذلك من الجدول التالي عبر الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠٨)

جدول (١٤): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية الي تونس (٢٠٠٢-٢٠٠٩)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول(*) العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية %
٢٠٠٢	٢	٣٩.٥
٢٠٠٣	٢.٢	٤٣
٢٠٠٤	٢.٤	٤٠
٢٠٠٥	٢.٤	٣٧.٦
٢٠٠٦	٢.٥	٣٨.٢
٢٠٠٧	٢.٦	٣٨.٥
٢٠٠٨	٢.٨	٣٩.٧
٢٠٠٩	٣	٤٣.٥

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٠-٢٠٠٦:

UNWTO , Year book of Tourism Statistics, , pp. 799-800 : 2003-2007, op.cit

(ب) بيانات ٢٠٠٧: جامعة الدول العربية، الدول العربية في أرقام، العدد الأول ٢٠٠٨، ص. ٢١، وقد اشار المصدر الي النسبة من عدد السائحين الاجمالي ثم قامت الباحثة بحساب عدد السائحين.

(ج) بيانات ٢٠٠٨- ٢٠٠٩: وزارة السياحة التونسية:

1- Le tourisme tunisien en chiffres 2009, http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf, accessed: Apr., 2011.

---

* تم حساب مجموع الوافدين العرب إلي تونس والمغرب من منطقتي الشرق الأوسط وشمال افريقية (٢٠٠٢ – ٢٠٠٦) بمعرفة الباحثة.

تبين من الجدول أن هناك أهمية نسبية للسياحة البينية في تونس تتراوح بين ٣٨- ٤٤%من حجم السياحة الدولية الوافدة بين عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٩الاأن السياحة الأوربية تمثل النسبة الأكبر إذ انه وفقا لإحصاءات ٢٠٠٩ فإنها تشكل ٥٤.٢% من إجمالي السياحة الدولية الوافدة لتونس والباقي جنسيات أخري ٠بصورة عامة فان نسبة الوافدين من الدول العربية الاسلامية الوافدة من الشرق الاوسط لم تتجاوز ٠.٥% من اجمالي السياحة البينية، اذ ترتكز السياحة البينية الوافدة الي تونس بالأساس علي السياحة الوافدة من دول المغرب العربي.(١)

- اما **<u>بالنسبة للمغرب</u>**، تشير بيانات UNWTO إلي تواضع الأهمية النسبية للسياحة البينية في المغرب إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة ويتضح ذلك من خلال انخفاض نسبتها حيث تمثل ٣% عام ٢٠٠٢ من إجمالي ٤.٥ مليون سائح بحجم ١٣٤.٣٤٢ألف سائح، لتصبح ٢.٧ % من إجمالي السياحة الوافدة بحجم ١٧٨.٢١٢ ألف سائح عام ٢٠٠٦ من أجمالي ٦.٥مليون سائح.(٢) وفي عام ٢٠٠٧ بلغ اعدادهم ٢٠٠.٨١٦ الف سائح من اجمالي ٧.٤ مليون سائح بنسبة لا تتجاوز ٢.٧% ايضا. حيث تتجه المغرب إلي التركيز علي جذب السائحين الأوروبيين، اما بالنسبة لعام ٢٠٠٨ فقد اشارت بيانات UNWTO الي زيادة في عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية ٢١٩.٨٣٥ ولكن بمعدل نمو متناقص بلغ ٢.٦ %.(٣)

<u>يتضح من العرض السابق ما يلي:</u>

١. أن الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية قد تختلف من دولة سياحية لأخرى.

1- **Le tourisme tunisien en chiffres 2009**, op.cit.

2- UNWTO, **Year book of Tourism Statistics** op.cit, pp. 529-532.

3 - UNWTO, **Year book of Tourism Statistics,2004-2008,** op.cit, pp. 536,539.

٢. **تناقص نسبتها بالتدريج في غالبية الدول العربية** الاسلامية بغض النظر عن اهميتها النسبية الي اجمالي السياحة الدولية الوافدة ، ويؤكد ذلك علي ضرورة البدء في تحديد إمكانيات التعاون فيما بين الدول العربية الإسلامية من اجل تنمية السياحة البينية، وإزالة المعوقات التي تحول دون ذلك مما يؤدي إلي:

- زيادة أهميتها النسبية إلي إجمالي السياحة الوافدة
- زيادة نصيب هذه الدول من الحركة السياحية الدولية، وإيراداتها.
- تحقيق الاستقرار السياحي علي المدى الطويل.

ثالثاً: تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١)(*)

(١) **منطقة الشرق الأوسط** :

زادت الإيرادات بين عامي (٢٠٠٠ – ٢٠٠٩) في منطقة الشرق الأوسط من ١٥.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلي ٣٠.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٦ [١]ليصل إلي ٣٥ مليار دولار عام ٢٠٠٧ بمعدل نمو يقدر بحوالي ١٤.٣% بين عامي ٢٠٠٦،٢٠٠٧حتى بلغت ٣٩.٧ مليار دولار عام٢٠٠٨، ثم ٤١.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٩ بزيادة تقدر بحوالي ٣.٨% [٢]. ثم بلغت ٥٠.٣ مليار دولار عام ٢٠١٠ بزيادة تقدر بحوالي ٢٤.٢%.

وعلي مستوي دول منطقة الشرق الأوسط فقد تفاوتت معدلات النمو في الإيرادات السياحية خلال الفترة (٢٠٠٠ -٢٠٠٩) بين الدول المختلفة.

---

* لم يتوفر اي بيانات بخصوص تقدير الايرادات المتحصلة من السياحة البينية الا انه لم يتسن الحصول علي هذه البيانات سوي في مصر حيث بلغت ٢.٠٦ مليار دولار لعام ٢٠١٠، راجع : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠.

١- منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق ، ص ٨٣.

2- UNWTO, **World Tourism Highlights 2010,** op. cit, p. 5.

- **المملكة العربية السعودية**

تطورت الإيرادات السياحية في المملكة العربية السعودية بين عامي ٢٠٠٠ – ٢٠١٠ كما يتضح من الجدول التالي:

جدول (١٥): تطور الإيرادات السياحية

في المملكة العربية السعودية(٢٠٠٠ – ٢٠١٠)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو السنوي ٪
٢٠٠٠	٣.٣١٢	–
٢٠٠١	٣.٤١٥	٣.١
٢٠٠٢	٣.٤١٨	٠.٠٨
٢٠٠٣	٥.٦٥٣	٦٥.٤
٢٠٠٤	٦.٤٨٦	١٤.٧
٢٠٠٥	٥.١٤٩	٢٠.٦-
٢٠٠٦	٤.٩٥٥	٣.٨-
٢٠٠٧	٥.٩٦٨	٢٠.٤
٢٠٠٨	٥.٩١٠	٠.٩-
٢٠٠٩	٥.٩٦٤	٠.٩
٢٠١٠	٦.٨٤٨	١٤.٨

المصدر : (أ) بيانات ٢٠٠٠ – ٢٠٠١:

.sesric, op. Cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ – ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق .

(ج) بيانات ٢٠٠٧–٢٠٠٩:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠١٠ :

WTTC, travel & tourism economic impact, Saudi Arabia, 2010, p.3

يتبين من الجدول أن اعلي معدلات نمو الإيرادات السياحية كان في عام ٢٠٠٣ بينما كان اقل معدلات نموها عام ٢٠٠٥ بما يقدر بحوالي ٢٠.٦- % ويتوافق ذلك مع النمو السالب للسياحة الدولية الوافدة في ذات العام .

- **مصر**: يلاحظ تزايد معدلات نمو الإيرادات السياحية في مصـــر حيث زادت منذ عام ٢٠٠٣ وحتى عام ٢٠٠٧ بعد انخفاض في حجـــم الإيـــرادات الســـياحية خـــلال عـــام ٢٠٠١ بمعـــدل- ١١.٦%وذلك أعقاب أزمة ١١ سبتمبر حتى بلغ نمو الإيرادات الســـياحية عـــام ٢٠٠٤ أقصـــي معدلاتـــه ٣٢.٦ % وزادت الإيرادات السياحية إلي ٦.١ مليار دولار بينما كانت عام ٢٠٠٣ تقدر بحوالي ٤.٦ مليار دولار ثم ظلت الإيرادات السياحية في زيادة حتى في ظل الأزمة المالية ٢٠٠٨ حتى بلغت ١١مليـــار دولار بمعدل نمو يقدر بحوالي ١٨.٣% بالمقارنة بعـــام ٢٠٠٧ حيث كانت الايرادات قد بلغت ٩.٣ مليار دولار. ولم تـــنخفض الإيرادات إلا بحلول عام ٢٠٠٩ لتصل الي ١٠.٨بنســـبة نمـــو سالب -١.٨ % حيث انعكست اثـــار الازمـــة الماليـــة ٢٠٠٨، ويوضح الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية في مصر كما يلي:

جدول (١٦): تطور الإيرادات السياحية في مصر(٢٠٠٠ ـ ٢٠١١)

السنة	الإيرادات(بالمليار دولار)	معدل النمو٪
٢٠٠٠	٤.٣	–
٢٠٠١	٣.٨	-١١.٦ %
٢٠٠٢	٣.٨	–
٢٠٠٣	٤.٦	٢١.١
٢٠٠٤	٦.١	٣٢.٦
٢٠٠٥	٦.٩	١٣.١
٢٠٠٦	٧.٦	١٠.١
٢٠٠٧	٩.٣	٢٢.٣
٢٠٠٨	١١	١٨.٣
٢٠٠٩	١٠.٨	-١.٨
٢٠١٠	١٢.٥	١٥.٧
٢٠١١	١١.٨	-٥.٦

المصدر: (ا) بيانات ٢٠٠٠ -٢٠٠١:

.sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ -٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق، ص ٤٧

(ج) بيانات ٢٠٠٧-٢٠٠٩:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010,op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق.

(هـ) بيانات ٢٠١١ (*):

WTTC, travel & tourism economic impact, Egypt, op.cit.

---

* ذكرت ايرادات السياحة في التقرير المشار اليه بالجنيه المصري وقامت الباحثة بحساب القيمة بالدولار بسعر ٦ جنيه بتاريخ ٢٩ يوليو ٢٠١١.

• سوريا:

يوضح الجدول التالي تطور الايرادات السياحية كما يلي :

جدول(١٧): تطور الإيرادات السياحية في سوريا (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو٪
٢٠٠٠	١	-
٢٠٠١	١.٢	٢٠
٢٠٠٢	٠.٩٧٠	١٩.١-
٢٠٠٣	٠.٧٧٣,	٢٠.٣-
٢٠٠٤	١.٨	١٣٢.٩
٢٠٠٥	١.٩	٥.٦
٢٠٠٦	٢	٥.٣
٢٠٠٧	٢.٩	٤٥
٢٠٠٨	٣.٢	١٠.٣
٢٠٠٩	٣.٨	١٨.٨
٢٠١٠	-	-
٢٠١١	٤.٧	-

المصدر : (أ) بيانات ٢٠٠٠ -٢٠٠١:

sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ -٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق، ص٧٣ .

(ج) ٢٠٠٧- ٢٠٠٨ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2011, op.cit, p. 9

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, travel & tourism economic impact, Egypt, 2011, op.cit.

حيث يتبين من الجدول انتظام تطور الايـرادات السـياحية فـي سوريا نحو زيادة مستمرة فيما عدا اعوام ٢٠٠٢ الذي كان العام التـالي لازمة سبتمبر ٢٠٠١، وكذلك عام ٢٠٠٣ عام الازمة العراقية ثم الزيادة الكبيرة عام ٢٠٠٤ بعد تعافي السـياحة السـورية مـن اثـار الازمـة العراقية(١).

- **الاردن:**

تطورت الإيرادات السياحية بين عامي ٢٠٠٠ – ٢٠٠٨ حيث تزايد من ‎.٧٢٢ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلي ٢.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٧ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٨): تطور الإيرادات السياحية في الأردن (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو٪
٢٠٠٠	‎.٧٢٢	–
٢٠٠١	‎.٧٠٠	٣-
٢٠٠٢	١.٠٤٨	٤٩.٧
٢٠٠٣	١.٠٦٢	١.٣
٢٠٠٤	١.٣٣٠	٢٥.٣
٢٠٠٥	١.٤٤١	٨.٣
٢٠٠٦	١.٦٤٢	١٣.٩
٢٠٠٧	٢.٣١١	٤٠.٧
٢٠٠٨	٢.٩٤٣	٢٧.٣
٢٠٠٩	٢.٩١١	٠.١-
٢٠١٠	٣.٤	١٧
٢٠١١	٤	١٧.٦

المصدر: (ا) بيانات ٢٠٠٠ -٢٠٠١:

sesrtsic, op. cit.

١- تم الحصول علي قيمة الايرادات السياحية لعامي ٢٠١٠، ٢٠١١ بالدولار الامريكي حيث قامت الباحثة بتحويل القيمة بالليرة السوري الي الدولار الامريكى.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ -٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق، ص٥٢

(ج) بيانات ٢٠٠٧ -٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, p.9

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, World Tourism highlight,2011, op.cit, p. 4

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Jordan, op.cit, , p. 7.

يشير الجدول السابق إلي أن نمو الإيرادات لم يكن في الاتجاه السالب سوي عام ٢٠٠١ بسبب أحداث سبتمبر ثم بدأت ترتفع بصورة كبيرة حتى بلغت أعلي معدلات النمو لتبلغ عام ٢٠٠٢ حوالي ٤٩.٧% وفي عام ٢٠٠٧ بلغ معدل نمو يقدر بحوالي ٤٠.٧% ثم بلغت ٢.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ثم انخفضت بما يساوي -٠.١ % عام ٢٠٠٩ كرد فعل للازمة المالية العالمية، ثم عاودت الارتفاع بنسب تفوق ١٦% لعامي ٢٠١٠، ٢٠١١.

- **وفي لبنان:** يتضح من الجدول التالي تطور الايرادات السياحية بصورة منتظمة ابتداء من عام ٢٠٠٧ بينما كانت في اقصي معدلات النقص عام ٢٠٠٤ العام التالي للازمة العراقية (-١٥.٦)، وكذا عام ٢٠٠٦ وهو العام الذي تزامنت فيه اثار اغتيال الحريري مع حرب تموز ٢٠٠٦ حيث بلغ معدل النقص حوالي-٩% بينما كان عام ٢٠٠٣ عاما مميزا في معدلات نمو الايرادات السياحية حيث بلغ معدل النمو ما يقارب ٥٠%، وكانت تقديرات عام ٢٠١١ ايجابية حيث توقعت WTTC زيادة الايرادات لتصل الي ٨.٩ مليار دولار.(*)

---

* وردت البيانات بتقرير wttc بالليرة اللبنانية وقامت الباحثة بتحويل القيمة الي دولار امريكي .

جدول (١٩): تطور الإيرادات السياحية في لبنان (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو٪
٢٠٠٠	–	–
٢٠٠١	–	–
٢٠٠٢	٤.٣	–
٢٠٠٣	٦.٤	٤٨.٩
٢٠٠٤	٥.٤	١٥.٦-
٢٠٠٥	٥.٥	١.٩
٢٠٠٦	٥	٩-
٢٠٠٧	٥.٢	٤
٢٠٠٨	٥.٨	١١.٥
٢٠٠٩	٦.٨	١٧.٢
٢٠١٠	–	–
٢٠١١	٨.٩	–

المصدر:

(ا) بيانات ٢٠٠٢ -٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق، ص. ٥٦.

(ب) بيانات ٢٠٠٧ -٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, p.9

(ج) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Lebanon, op.cit.

(٢) **منطقة شمال أفريقية:**

تطورت الايرادات في منطقة شمال افريقية من ٣.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلي ٨.٧ مليار دولار عام ٢٠٠٦ ثم أصبحت ١٠.٣ مليار دولار عام ٢٠٠٧ [١] حتى بلغت ١٠.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ثم ٩.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٩.[٢] . الا ان توقعات عام ٢٠١١ اشارت الي زيادة ملحوظة في الايرادات السياحية في المغرب، وتونس لتصبح ٩.٥ مليار دولار ، ٣.٨ مليار دولار علي الترتيب.

1- UNWTO, **World Tourism Barometer, oct. 2008, Vol.6 No. 3., p. 30**

2- UNWTO, **World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 5.**

وفيما يلي تطور الإيرادات السياحية بين عامي (٢٠٠٠ – ٢٠١١) كما يتضح من الجدول التالي في كل من تونس والمغرب :

جدول (٢٠): تطور الإيرادات السياحية بالمغرب وتونس(٢٠٠٠ـ٢٠١١)

السنة	الإيرادات السياحية (المغرب)بالمليار دولار	معدل النموالسنوي ٪	الإيرادات السياحية (تونس) بالمليار دولار	معدل النموالسنوي ٪
٢٠٠٠	٢	–	١.٧	–
٢٠٠١	٢.٥	٢٥	١.٨	٥.٩
٢٠٠٢	٢.٦	٤	١.٥	١٦.٧-
٢٠٠٣	٣.٢	٢٣	١.٦	٦.٧
٢٠٠٤	٣.٩	٢١.٩	١.٩	١٨.٨
٢٠٠٥	٤.٦	١٨	٢.١	١٠.٥
٢٠٠٦	٥.٩	٢٨.٣	٢.٣	٩.٥
٢٠٠٧	٧.٢	٢٢	٢.٦	١٣
٢٠٠٨	٧.٢	–	٣	١٥.٣
٢٠٠٩	٦.٦	٨.٣-	٢.٨	٦.٧-
٢٠١٠	٦.٧	١.٥	٢.٧	٣.٥-
٢٠١١	٩.٥	٤١.٨	٣.٨	٤٠.٧

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٠ –٢٠٠١:

.sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ –٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق ص ص ٦١، ٧٥

(ج) بيانات ٢٠٠٧ –٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism highlight,2010

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, World Tourism highlight,2011, op.cit, p. 4

(د) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Morocco, op.cit, , p. 7.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Tunisia, 2011, p. 7.

- **تونس:**

بلغ نصيبها من الإيرادات السياحية حوالي ٢٧ % من ايرادات شمال افريقية وذلك وفقا لبيانات٢٠١٠، وزادت الإيرادات السياحية بين عامي (٢٠٠٠ – ٢٠١١) بصورة مستمرة ولم تنخفض معدلات النمو نحو الاتجاه السالب –١٦.٧ % إلا عام ٢٠٠٢ حيث انخفضت الإيرادات السياحية من ١.٨ مليار دولار عام ٢٠٠١ إلي ١.٥ مليار دولار، وكذلك عام ٢٠٠٩ بنسبة –٦.٧ وكان ذلك جراء ازمة الرهن العقاري، اما عام ٢٠١٠_فقد انخفضت الايرادات بمعدل–٣.٥% مما يدلل علي التعافي نسبيا بل اتجهت توقعات WTTCالي زيادة بنسبة ٤٠.٧% مما يعني زوال اثر الازمة.

- **المغرب:**

يلاحظ من الجدول السابق **تزايد الإيرادات السياحية بالمغرب** من ٢ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلي ٦.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٩، وقد بلغ نمو الإيرادات السياحية أقصي معدلاته ٢٨% عام ٢٠٠٦ مقارنة بالعام السابق حيث زادت الإيرادات السياحية من ٤.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٥ إلي ٥.٩ مليار دولار . ولم يتجه معدل نمو الايرادات نحو السالب الا عام ٢٠٠٩ بما يساوي –٨.٣% وذلك جراء ازمة الرهن العقاري بينما كان عام ٢٠١٠ يحمل زيادة تقدر بحوالي ١.٥% في معدل نمو الايرادات ، ووفقا لبيانات عام ٢٠١٠ فان نصيب المغرب من الإيرادات السياحية يمثل ٦٧ % من الإيرادات السياحية في شمال افريقية.

اتضح من العرض السابق ما يلي:

أن الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية في تزايد مستمر فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات. يشير ذلك إلي الأهمية الاقتصادية المتزايدة للسياحة الدولية حيث تعد الإيرادات السياحية المؤشر المبدئي للتعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية؛ بناء عليه سوف يستعرض المبحث التالي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

المبحث الثاني

الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

تمهيد:

تم في المبحث الأول استعراض التطور الذي طرأ علي إيرادات السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية حيث يمثل ذلك نقطة البدء في تحديد أهميتها الاقتصادية في تلك الدول(*)؛ خاصة وأن رصد تطور عدد السائحين لم يعد وحده المعيار الرئيسي للتعرف علي تأثير السياحة الدولية في اقتصادات هذه الدول.

وتعد السياحة الدولية قاطرة التنمية الاقتصادية خاصة في الدول النامية؛ إذ تتضح آثارها الاقتصادية في قدرتها علي خلق فرص العمل، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة حصيلة الصادرات مما يسهم في تقليص العجز في ميزان المدفوعات، وينعكس علي تحسين نوعية الحياة للمواطنين، والتخفيف من حدة الفقر.

وفيما يلي سوف يتم استعراض الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية؛ حتى يتم العمل علي مضاعفة هذا الأثر مما يعظم مساهمة السياحة الدولية في التنمية الاقتصادية لهذه الدول.

بناء علي ذلك سوف يتناول هذا المبحث العناصر التالية:

أولا : كيفية التعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية.

ثانيا : الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية ويشمل:

أ- دور السياحة الدولية في خلق فرص العمل

ب- دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات

ج- دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي

د- مساهمة السياحة في الاستثمار.

---

* لم يعد عدد السائحين معيارا رئيسا في تقييم عوائد السياحة الدولية حيث إن مدة إقامة السائح ومتوسط إنفاقه لها من الأهمية في تعظيم الإيرادات المحققة من السياحة الدولية.

أولا: كيفية التعرف على الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية:

- عرفت منظمة **(UNWTO)** الإيرادات السياحية علي أنها: **الإيرادات التي تحصل عليها دولة المقصد من السياحة الوافدة وتشمل كل الإيرادات الناتجة عن إنفاق السائحين الدوليين علي الإقامة، والطعام والشراب، والنقل الداخلي، والوقود، والتسوق، والترفيه وغيرها.** [١] **وهذه الإيرادات إيرادات سياحية مباشرة direct revenues** [٢] تتولد لدي المشروعات السياحية كالفنادق، والمطاعم وشركات السياحة، ووكالات السفر وشركات النقل السياحي والبازارات ....الخ، **(وهذا هو الأثر الاقتصادي المباشر).**

ومن خلال علاقة السياحة كأحد القطاعات الاقتصادية مع بقية قطاعات الاقتصاد القومي تتولد إيرادات سياحية غير مباشرة **indirect revenues** من خلال ما يعرف باسم مضاعف الإنفاق السياحي tourism multiplier (وهو معامل يعبر عن مقدار التغير الحادث في دخل بلد ما بسبب تغير الإنفاق السياحي بمقدار وحدة واحدة) حيث إن العاملين في المشروعات السياحية ينفقون أجورهم أو جزء منها علي عدد كبير من السلع والخدمات كما أن هذه المشروعات تنفق علي التوسع والصيانة أو حتى شراء مستلزمات نشاطها اليومي فتحتاج إلي خدمات قطاع الزراعة، أو الصناعة، أو التشييد والبناء، وكل هذا يولد إيرادات (أو دخول) لدي هذه القطاعات ويلاحظ الترابط بين مضاعف الإنفاق أو الدخل السياحي (الإيرادات السياحية)، ومضاعف العمالة لان أي زيادة معينة في الإنفاق سوف تؤدي إلي رواج النشاط الإنتاجي للبلد المضيف بصورة مباشرة وغير مباشرة مما يؤدي إلي زيادة الناتج الكلي ويكون هذا مصحوبا بزيادة التوظف . **(وهذا هو الأثر الاقتصادي غير المباشر في مرحلته الأولي).**

بعد ذلك يتكرر هذا الأثر بسبب علاقة القطاعات التي تتعامل مع قطاع السياحة مع باقي قطاعات الاقتصاد القومي، وكلما زاد الارتباط بين القطاع السياحي وباقي قطاعات الاقتصاد القومي كلما زادت قيمة

1-http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm , accessed: Mar. 2010

2- Weaver, D. & Oppermann, M. , **Tourism Management**, New York: John Wiley& Sons Australia,2000 p. 248.

مضاعف الإنفاق السياحي حيث يزداد الاعتماد المتبادل بينها مما يعني قدرة القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل الزراعة والصناعات الغذائية مثلا علي مقابلة احتياجات القطاع السياحي دون الحاجة إلي الاستيراد، حيث تنخفض حجم التسربات(*) من الإيرادات السياحية مما يحافظ علي العوائد الاقتصادية للسياحة الدولية داخل الاقتصاد القومي.(١)

وقد تناولت عدد من الدراسات **تقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي في بعض الدول العربية الإسلامية**(**):

ففي مصر تم تقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي، في رسالة للدكتوراه (**سلوى فهمي ١٩٧٨**) بحوالي ١.٣ كما أشارت دراسة (**جليلة حسنين**) في رسالة دكتوراه ١٩٩٤الي قيمة المضاعف في الفترة من ١٩٨٧-١٩٩٠ بحوالي ٢.١(٢)، وقد قامت **El Tohamy &**

---

* سبقت الإشارة في الفصل الأول إلي أشكال التسربات

١- قيمة معامل المضاعف = التغير الحادث في الدخل / التغير الحادث في الإنفاق السياحي، وتعد فكرة المضاعف السياحي مشتقة من نظرية المضاعف التي ساهم في تطويرها كاهن وشومبيتر وأخرجها كينز، لمزيد من المعلومات راجع: جليلة حسنين، **الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر**، مرجع سابق، ص ص. ٢٦١، ٢٧٤

** تختلف قيمة المضاعف من دولة إلي أخري وذلك حسب المستوي الاقتصادي للدولة ومدي اعتماد الاقتصاد علي الذات حيث تنخفض تسربات الإيرادات السياحية وتزداد استفادة المجتمع منها خاصة وأن الاستيراد والادخار هما المحددان الرئيسيان لقيمة المضاعف ويمثلان النسبة الكبري للتسربات، كذلك تختلف قيمة المضاعف وفقا للمساحة الجغرافية ففي الدول ذات المساحة الكبيرة تزيد فرصة دوران الدخل السياحي داخل الاقتصاد القومي حيث تؤثر في باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى وتسهم في خلق دخول بصورة اكبر من الدول ذات المساحة الجغرافية المحدودة (لمزيد من المعلومات راجع جليلة حسنين، المرجع السابق، ص ٢٧٠) الا انه لم يتم التوصل لاي دراسات في باقي الدول العربية الاسلامية لتقدير قيمة مضاعف الانفاق السياحي فيما عدا دراسة اسعد ابي رمان والراوي والتي افترضت ان قيمة المضاعف في الاردن تتراوح بين ١-٢ بما يقارب تقديره في لبنان بين ١.٢ الي ١.٤ ولم يذكر الاساس الذي قامت عليه هذه التقديرات، راجع : اسعد حماد أبو رمان، الراوى، مرجع سابق، ص.٢٩٠.

٢- اعتمدت اغلب هذه التقديرات علي استخدام طريقة المضاعف الكنزي ١/ خ+م(راجع جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق، ص. ٢٦٨)

swinscoe 2000 بتقدير قيمته بحوالي٢.٦[١]، وأخيرا قامت **شيرين نصير** في رسالة ماجستير ٢٠٠٤ بتقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي بحوالي ١.٥٣.[٢]

وقد اعتمد تقدير دراسة **El Tohamy & swinscoe 2000** علي استخدام جداول المدخلات والمخرجات لعام ٩٢/٩١ وجداول ٩٧/٩٦ أما دراسة شيرين نصير فقد استخدمت جداول٩٧/٩٦ وجدير بالذكر أن الجدولين يعتمدان علي الحسابات القومية التي تعبر عن السياحة بقطاع المطاعم والفنادق فقط، ورغم أهمية هذا القطاع إلا انه لا يعبر تعبيرا كاملا عن جوانب أخري للإنفاق السياحي مثل خدمات الإرشاد السياحي والبازارات والنقل السياحي الداخلي مثلا إلا أن تقدير قيمة المضاعف بهذه الطريقة يعد أكثر دقة من طريقة كينز كما أن اغلب تقديرات المجلس الدولي للسياحة والسفر **(WTTC)** تفترض قيمة المضاعف بحوالي **(٢)** بما يعني مضاعفة الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة الدولية.[٣]

وتتحدد فعالية الآثار الاقتصادية للسياحة داخل الاقتصاد القومي بعدد من العوامل: ذكرها (Page, S. 1995, 2009)[٤]:

١- **طبيعة المقصد السياحي من حيث إمكانياته السياحية، وما يتوافر فيه من تسهيلات:** حيث انه كلما توافرت بالمقصد السياحي عناصر جذب متنوعة طبيعية وتاريخية، بالإضافة إلي وجود تسهيلات سياحية متميزة كلما أدي ذلك إلي ارتفاع جاذبيته لدي السائحين مما يعني زيادة نسبية في أعداد السائحين وبالتالي الإيرادات السياحية، وما ينجم عنها من آثار داخل الاقتصاد القومي.

1- Sakr,M. ,Massoud,N. & Sakr,H.," Tourism in Egypt : an unfinished business", ECES working paper , no. 147, may 2009, p 12.

٢- شيرين عادل حسن نصير، تحليل اثر السياحة علي التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص. ١٤٩.

3- Sakr, M.Massoud, N. & Sakr, H., op.cit.

4- Page, S.J, **Tourism management: management for change 3rd edition**, Amsterdam: EL Sevier, Butterworth Heinemann, 2009, p. 483: 485.

٢- **حجم وطبيعة الإنفاق السياحي:** فكلما زاد متوسط إنفاق السائح، وعدد ليالي إقامته نسبيا كلما زادت الإيرادات السياحية الإجمالية، وما ينجم عنها من آثار اقتصادية علي المستوي الكلي.

٣- **طبيعة الاقتصاد القومي:** بمعني هل هو اقتصاد خدمات أم تصنيع أم يعتمد علي الاثنين معا، وهذا يحدد بالضرورة وضع القطاع السياحي الخدمي وأهميته لدي الدولة وبرامج التنمية الموجهة إليه وبالتالي يحدد ذلك المردود الاقتصادي سواء علي المدى القصير أو الطويل.

٤- **مدي اعتماد الاقتصاد القومُي علي الذات:** بما يحدد بالضرورة دورة الإنفاق السياحي داخل الاقتصاد القومي والتشابكات الامامية والخلفية، وما ينجم عنه من آثار اقتصادية من خلال مضاعف الإنفاق السياحي، بالإضافة إلي حجم التسربات من الإيرادات السياحية والتي تتزايد في الدول النامية ومنها الدول العربية الإسلامية.

بناء علي ما سبق فانه من الممكن استعراض **الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وفقا لما هو متاح من بيانات وذلك ما سوف يتم تناوله في النقطة التالية.**

ثانياً: الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

أ- دور السياحة الدولية في خلق فرص العمل:

يرتبط نمو السياحة كنشاط خدمي بزيادة فرص العمل خاصة في الدول النامية حيث تعتمد الخدمة السياحية بالدرجة الأولي في معظم مراحل تقديمها علي اليد العاملة – خاصة الماهرة منها– بما يسهم في تحقيق رضا السائحين. **وتتنوع فرص العمل في السياحة**(*) كما يلي:

---

* هناك أيضا ما يعرف باسم العمالة المحفوزة التي يولدها الإنفاق السياحي داخل الاقتصاد القومي بصفة عامة عن طريق مضاعف التوظف وهو الذي يربط بين التغير الناشئ في حجم التوظف والتغير في الإنفاق السياحي بمقدار وحدة واحدة الا انه لا تتوافر لدي البحث سوي البيانات المتعلقة بفرص العمل المباشرة وغير المباشرة (راجع جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق، ص ٢٧٤

فرص عمل مباشرة:

وهي فرص العمل التي ترتبط بشكل صريح بالسياحة وتتطلب عددا من المهارات والمعارف المرتبطة بالقطاع السياحي كالعمالة في الإرشاد السياحي أو الفنادق أو شركات السياحة ووكالات السفر والبازارات وغيرها من المشروعات السياحية)[1]

فرص عمل غير مباشرة [*]:

هي فرص العمل التي تتولد في القطاعات الاقتصادية التي ترتبط بالقطاع السياحي كالزراعة والصناعات الغذائية والنقل والتشييد والبناء وغيرها

١) منطقة الشرق الأوسط: ووفقا لبيانات WTTC فان مساهمة السياحة في خلق فرص العمل **بمنطقة الشرق الأوسط** قد بلغت وفقا لتقارير ٢٠٠٩ حوالي ٣.٢% من إجمالي العمالة بما يقدر بحوالي ١.٨ مليون فرصة عمل عام ٢٠٠٩، وحوالي ٤.٦ مليون فرصة عمل بما يوازي ٨% تقريبا من إجمالي العمالة المباشرة وغير المباشرة بالمنطقة .[2]

ويوضح الجدول التالي تقديرات مساهمة السياحة الي اجمالي العمالة في عدد من الدول العربية الاسلامية.

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص ١٤٨.

* أشارت اغلب الدراسات إلي هذا المفهوم بينما اشترطت دراسة محيا زيتون ٢٠٠٢ ارتباطها بالقطاع السياحي آن تكون قد نشأت بسبب زيادة طلب القطاع السياحي علي منتجاتها أوخدماتها وإلا سوف يكون احتسابها ضمن اعمالة الناشئة عن الإنفاق السياحي مضللا خاصة حيث إنها قائمة في هذه القطاعات سواء وجد الإنفاق السياحي أم لا (لمزيد من المعلومات، راجع : محيا زيتون، مرجع سابق، ص ص ١٤٧- ١٤٩).

2 - WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact , Syria,2011, p.12.

جدول رقم (٢١): مساهمة السياحة الي اجمالي العمالة
في عدد من الدول العربية الاسلامية ٢٠١١

الدولة	المساهمة المباشرة لاجمالي العمالة ٪	المساهمة غير المباشرة لاجمالي العمالة ٪
المملكة العربية السعودية	٢.٦	٩.٧
مصر	٦.٣	١٣.٩
سوريا	٤.٨	١٢.٤
الاردن	٧.٣	١٨.١
لبنان	٩.١	٣٢.٢
تونس	٧.٥	١٥.٥
المغرب	٨	١٧.٣

المصدر:

- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Egypt, Op.cit**
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2011, Op.cit**
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Syria , 2011Op.cit,** p.3.
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Saudi Arabia Op.cit,** pp.3,4
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011,** p. 3.
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, Op.cit**
- **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Lebanon, 2011,** p. 3

يلاحظ من الجدول ما يلي :

- **المملكة العربية السعودية** تم تقدير المساهمة الاجمالية للسياحة في اجمالي العمالة بالاقتصاد بصورة مباشرة وغير مباشرة بحوالي ٩.٧% بما يقدر بحوالي ٧٨٧ الف وظيفة، بينما كانت المساهمة المباشرة ٢.٦ % وذلك وفقا لبيانات WTTC ٢٠١٠.

- **مصر** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فان السياحة تسهم بشكل مباشر بحوالي ٦.٣%(*) من إجمالي الوظائف في مصر بما يقدر بحوالي ١.٥ مليون فرصة عمل، ١٣.٩% من إجمالي العمالة في الاقتصاد المصري بحجم ٣.٤ مليون فرصة عمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة(**).
- **سوريا** تم تقدير الإسهام المباشر للسياحة بحوالي ٣٢٠ ألف وظيفة بما يوازي ٤.٨ % من اجمالي العمالة عام ٢٠١١ وفقا لبيانات WTTC كما تسهم في خلق فرص العمل داخل الاقتصاد القومي بحوالي ٨٢٩ الف وظيفة بما يوازي ١٢.٤% من حجم قوة العمل في سوريا.
- **الأردن** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة لعام ٢٠١١بحوالي ٧.٣% من إجمالي العمالة في المملكة بما يساوي ١٣٠ ألف فرصة عمل، كما بلغ اسهامها حوالي ٣٢٢ ألف وظيفة بما يعادل ١٨.١% من إجمالي العمالة في المملكة وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة.
- **لبنان** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة لعام بحوالي ٩.١% بما يساوي فرصة ١٢٢ الف فرصة عمل كما بلغ اسهامها حوالي ٤٣٢ ألف وظيفة بما يعادل ٣٢.٢% من إجمالي العمالة في المملكة وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة.

٢) **بالنسبة لمنطقة شمال افريقية** تمثل العمالة السياحية المباشرة حوالي ٢.٨ مليون فرصة عمل بما يقدر بحوالي ٥.٨%، وحوالي ١١.٢% من إجمالي

---

* هذا التقدير يقوم علي حصر كافة الوظائف في القطاع السياحي علي خلاف تقدير وزارة التنمية الاقتصادية اذ تعتمد تقدير وزارة التنمية الاقتصادية للعمالة علي اقتصار القطاع السياحي في الحسابات القومية علي قطاع المطاعم والفنادق فقط مما يعني إغفال باقي الوظائف في القطاع .

** ووفقا لبيانات وزارة التنمية الاقتصادية فقد تم تقدير العمالة السياحية المباشرة لعام ٢٠٠٧-٢٠٠٨ بحوالي ٣٨٠ ألف وظيفة بما يعادل ١.٨% من إجمالي العمالـــة : لمزيد من المعلومات راجع :

Sakr, M.Massoud, N. & Sakr, H., Op.cit , P. 9

العمالة بالمنطقة (مباشرة وغير مباشرة)[1] بما يساوي ٥.٤ مليون فرصة عمل وذلك عام ٢٠٠١.

- **تونس** كان حجم العمالة السياحية المباشرة مقدرة بحوالي ٢٤٦ ألف وظيفة بما يعادل ٧.٥% من قوة العمل بالدولة عام ٢٠١١، وباحتساب الإسهام غير المباشر للسياحة الدولية إلي أجمالي العمالة في الاقتصاد بلغت النسبة حوالي ١٥.٥% بعدد ٥٠٩ ألف وظيفة بناء علي بيانات ٢٠١١ والصادرة عن WTTC.
- **المغرب** وتبعا لبيانات المصدر ذاته عام ٢٠١١ تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة بحوالي, ٩١٨ الف فرصة عمل بما يعادل ٨% من إجمالي العمالة، ومع إضافة العمالة غير المباشرة تم احتساب عدد الوظائف بحوالي ٢.٠١ مليون وظيفة بما يعادل ١٧.٣% من إجمالي حجم قوة العمل في الاقتصاد وفقا لعام ٢٠١١

يتضح من العرض السابق ما يلي :

- **وجود تقارب كبير في حجم مساهمة السياحة في خلق فرص العمل من دولة لآخري.**
- **أهمية هذا القطاع في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة .**

بـ دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات وتنويعها:

يعد هدف تنمية الصادرات من أهم الأهداف الاقتصادية في الدول النامية خاصة في ظل انفتاح الأسواق ومحاولة الدول المتقدمة زيادة مكاسبها من التجارة الدولية؛ فهو يضمن تنمية موارد الدول النامية من العملات الأجنبية بما يسهم في زيادة الدخل القومي[2]، وتخفيف عجز ميزان المدفوعات[*] ويؤدي إلي انخفاض تبعيتها للدول المتقدمة.

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009, p. 6

٢- عبد الرحمن يسري احمد، "دور الدولة في تنمية الصادرات في إطار الظروف المعاصرة"، في : جليلة حسن حسنين(المحرر)، مرجع سابق، ص ص. ١٨٣-١٨٤.

* يعرف ميزان المدفوعات بأنه السجل الذي يتضمن كل المعاملات الاقتصادية التي تتم بين المقيمين والعالم الخارجي خلال فترة زمنية معينة سنه عادة وهو ينقسم إلي جانبين جانب دائن تقيد فيه الإيرادات وجانب مدين تقيد فيه المدفوعات أو المصروفات (لمزيد من المعلومات راجع إسماعيل عبد الرحمن، حربي موسي عريقات.

وتعتبر الإيرادات السياحية المباشرة احد مصادر النقد الأجنبي للدولة من خارج الاقتصاد القومي لذا يقيد جميع ما ينفقه السائحون الأجانب علي السلع والخدمات داخل الدولة السياحية في ميزان المدفوعات في الجانب الدائن أي جانب الإيرادات أو المتحصلات لذا فهي تعد من قبيل الصادرات غير المنظورة (*)؛ حيث تشير بيانات منظمة UNWTO لعام ٢٠٠٨ إلي أن الإيرادات السياحية تمثل ٣٠% من حجم صادرات الخدمات في العالم وكلما زادت حجم الإيرادات السياحية كلما زادت مساهمة السياحة كأحد الصادرات غير المنظورة(**)، وكلما أدي ذلك إلي تخفيف عجز ميزان المدفوعات خاصة في الدول النامية ومنها الدول العربية الإسلامية.

وقد اشارت دراسة محيا زيتون الي ان ضالة مساهمة عناصر النقد الأجنبي الاخري كالصادرات السلعية، والبترول، وقناة السويس في مقابل ارتفاع مساهمة السياحة يعني ضعف الاقتصاد وهشاشته نظرا لاعتماده علي صناعة حساسة كالسياحة[١].

(١)منطقة الشرق الأوسط:

وفقا لبيانات WTTC ٢٠٠٩ فان السياحة الدولية تسهم بحوالي ٦.٢% من إجمالي الصادرات[٢].

---

* يمثل إنفاق المواطنين علي السياحة في الخارج مدفوعات يتم قيدها في الجانب المدين ويمثل واردات غير منظورة ومن مقابلة إيرادات السياحة الدولية أمام السياحة العكسية يتم إعداد ما يعرف باسم **الميزان السياحي** من اجل التعرف علي صافي الإيرادات السياحية وكلما زادت إيرادات السياحة الوافدة في مقابل السياحة العكسية كلما كان الميزان السياحي في صالح الدولة.

** الصادرات غير المنظورة هي ما يطلق عليه في ميزان المدفوعات ميزان الخدمات والذي تسجل فيه جميع المعاملات الخدمية كالسياحة والنقل والتامين والخدمات المالية ويتوقف حجم مساهمة السياحة الدولية في الصادرات علي قيمة التسربات التي تتخذ شكل واردات مستلزمات التشغيل والتي تقيد في الجانب المدين في ميزان المدفوعات.

١- محيا زيتون ص ص ١٤٢ : ١٤٧ .

2- WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact , Jordan, **2011**,op.cit, p12

يلاحظ من الجدول ما يلي :

- **المملكة العربية السعودية** تمثل ايرادات السياحة الدولية حوالي ٣% من اجمالي الصادرات بالمملكة ٧.٤ مليار دولار وفقا لتوقع WTTC لعام ٢٠١٠ وحوالي ٧٦.٢% من اجمالي صادرات الخدمات بالمملكة وفقا لتقديرات UNWTO ٢٠٠٧.
- **مصر**: ووفقا لتوقعات WTTC ٢٠١١ كانت المساهمة حوالي ٢٠.٥% من إجمالي الصادرات [*]، ووفقا لبيانات UNWTO ٢٠٠٧ فقد مثلت حجم مساهمة السياحة حوالي ٥١.٨ % من صادرات الخدمات.
- **سوريا**: تمثل السياحة الدولية ٢١.٧% من إجمالي الصادرات وفقا لتوقعات ٢٠١١، وحوالي ٧٦.٩% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO٢٠٠٧ .
- **الأردن**: تمثل السياحة حوالي ٣٠.١% من إجمالي الصادرات في الأردن وذلك وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١، كما كانت تمثل حوالي ٨٠.٨% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO ٢٠٠٧.
- **لبنان**: تمثل السياحة الدولية ٣٢.١% من إجمالي الصادرات وفقا لتوقعات ٢٠١١ و٤٤.٥% الى إجمالى صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO ٢٠٠٧.

(٢) **منطقة شمال افريقية:**

وفقا لبيانات WTTC عام ٢٠٠٩ فقد مثلت السياحة الدولية ١٨.١% من إجمالي الصادرات بالمنطقة[١]

---

* قامت دراسة Sakr, M.Massoud,N. & Sakr, H. (2009) بتقدير مساهمتها للعام ٢٠٠٧ بحوالي ٤٠% من إجمالي الصادرات غير المنظورة، وقد قامت الدراسة بتقدير تلك المساهمة بناء علي بيانات البنك المركزي ٢٠٠٧ / ٢٠٠٨، لمزيد من المعلومات راجع:

Sakr, M.Massoud, N. & Sakr, H., op.cit, P. 11.

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009, op.cit, p. 6.

- **في تونس**: تمثل ايرادات السياحة الدولية ١٥.٩% من اجمالي الصادرات وفقا لتوقعات WTTC ٢٠١١، وحوالي ٦٨.٧% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO 2007.
- **أما في المغرب**: فتمثل السياحة الدولية حوالي ٢٦.٣% من اجمالي الصادرات وفقا لتوقعات WTTC ٢٠١١، وبما يقدر بحوالي ٦٨.٣% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO لعام ٢٠٠٧.

ويوضح الجدول التالي تقديرات مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات في عدد من الدول العربية الاسلامية:

جدول رقم (٢٢): نسبة مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات وصادرات الخدمات

الدولة	نسبة مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات ٪	نسبة مساهمة السياحة الي اجمالي صادرات الخدمات ٪
المملكة العربية السعودية	٣	٧٦.٢
مصر	٢٠.٥	٥١.٨
سوريا	٢١.٧	٧٦.٩
الاردن	٣٠.١	٨٠.٨
لبنان	٣٢.١	٤٤.٥
تونس	١٥.٩	٦٨.٧
المغرب	٢٦.٣	٦٨.٣

المصدر

١- بيانات مساهمة السياحة لاجمالي صادرات الخدمات:

UNWTO, compendium of tourism statistics data 2003-2007, 2009 edition, PP. 60,95,104,126,167,184,191.

٢- بيانات مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات :

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt , op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria , op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan, 2011, op.cit.

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia 2011, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudi Arabia, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Lebanon, op.cit

ج- دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي :

يعرف الناتج المحلي الإجمالي **Gross Domestic (GDP) Product** علي انه "القيمة النقدية الكلية للسلع والخدمات النهائية المنتجة بواسطة الأمة خلال فترة زمنية معينة (سنة مثلا)"، وهو المقياس الذي يتم من خلاله التعرف علي أداء الاقتصاد لدولة معينة[١]. وبعبارة أخري فان انخفاض الناتج المحلي الإجمالي يعني انخفاضا في الأداء الاقتصادي للدولة، أوقد يمثل نتيجة لحدوث الركود الاقتصادي أو الأزمات المالية[*]، وعندما يزيد معدل نمو إجمالي الناتج المحلي فان ذلك يعد مؤشرا للنمو الاقتصادي للدولة.

وتعد السياحة احد أهم الأنشطة الاقتصادية التي تسهم في إجمالي الناتج المحلي في العالم، ومن هنا تأتي اهمية هذا القطاع في اقتصادات التنمية، وكلما زاد ما للقطاع السياحي من ارتباطات وتشابكات أمامية وخلفية[**] بباقي قطاعات الاقتصاد القومي كلما ارتفعت اهميته النسبية في الاقتصاد القومي لما ينجم عنها من توليد إيرادات أخري لهذه القطاعات، وبعبارة اخري فانه كلما كانت حجم الارتباطات والتشابكات كبيرة كلما زادت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لان ذلك يعني أن ما تقدمه هذه القطاعات من مدخلات للقطاع السياحي تستطيع الوفاء باحتياجاته دون

١- كامل بكري، احمد رمضان نعمة الله، إيمان عطية ناصف، **مبادئ الاقتصاد الكلي**، كلية التجارة قسم الاقتصاد، جامعة الإسكندرية،٢٠٠٣، ص ص ٢٩-٣٠

* راجع الفصل الأول

** أوضحت دراسة محيا زيتون ٢٠٠٢ إن للقطاع السياحي تشابكات خلفية واسعة مع قطاعات الاقتصاد القومي خاصة صناعة المشروبات ويليها الصناعات الغذائية، راجع ص ٢٣٣ وما بعدها.

الحاجة إلي استيراد مستلزمات تشغيله(*) من الخارج مما يعني تقليل حجم تسربات النقد الأجنبي، وزيادة العائد الصافي من السياحة، وكلما كانت هذه التشابكات محدودة أو ضعيفة كلما أدي ذلك إلي انخفاض مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وكلما انخفضت اهميته في الاقتصاد القومي. وعليه فان حجم مساهمة القطاع السياحي إلي إجمالي الناتج المحلي تحدد كلا من:

- <u>مدي اعتماد الاقتصاد القومي علي الذات</u> : من خلال قدرة القطاعات الاقتصادية علي تغذية قطاع السياحة بما يحتاج من مدخلات.
- <u>أداء القطاع السياحي وحجم الآثار الاقتصادية الناتجة عنه</u>: سواء بالنسبة للقطاعات الاقتصادية المرتبطة بالسياحة بصورة مباشرة مثل صناعات المنتجات الحرفية التذكارية أو الصناعات الغذائية

وتمثل مساهمة السياحة الدولية في إجمالي الناتج المحلي نسبة ٩.٩% وذلك وفقا لتقدير WTTC٢٠٠٩ وهذا يشير إلي ارتفاع حجم مساهمتها في النمو الاقتصادي العالمي[١]، وفيما يلي استعراض لمساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الاجمالي في عدد من الدول العربية الاسلامية ذات الوزن السياحي الاهم في الشرق الاوسط،(**)وشمال افريقية:

---

* يقصد بها ليس فقط السلع والتجهيزات الفندقية أو الأغذية والمشروبات بل تشمل أيضا العمالة الأجنبية وكافة أشكال التدفقات النقدية من قطاع السياحة الوطني إلي خارج الاقتصاد .

1- World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of Turbulence, (https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf), accessed: Dec, 2010, p.3.

** اعتمدت تقديرات WTTC في حساب اسهام السياحة الي اجمالي الناتج المحلي علي الناتج المحلي الاجمالي بالأسعار الجارية وقد استدلت الباحثة علي ذلك من خلال مقارنة القيم الرقمية للمساهمة بين بيانات وزارة السياحة المصرية، وبيانات WTTCوقد تبين تقارب التقدير حيث بلغت وفقا لتقدير وزارة السياحة لعام ٢٠٠٧-٢٠٠٨ حوالي ٦.٧% وذلك بصورة مباشرة حيث تم احتساب نسبة ايرادات السياحة الي اجمالي الناتج المحلي بالأسعار الجارية، الا ان جميع قيم ٢٠١١ حسبت وفقا للأسعار الثابتة.

(١) **منطقة الشرق الأوسط**:

قدر إسهام السياحة الدولية بالمنطقة بحوالي ٢.٧% بصورة مباشرة، وحوالي ٩.٦% وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة وفقا لبيانات ٢٠٠٩ [١]

- **ففي المملكة العربية السعودية** مثل إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ما يعادل ١.٩ %، وما يوازي حوالي ٩.٥ % من إجمالي الناتج المحلي بصورة مباشرة وغير مباشرة لعام ٢٠١٠.
- **مصر** وفقا لتقدير WTTC ٢٠١١ فقد بلغ حجم مساهمة السياحة المباشرة حوالي ٧.٣%، ١٥.٨% بصورة غير مباشرة.
- **سوريا** فقد ساهمت السياحة الدولية بنسبة ٥.٧% من الناتج المحلي الاجمالي، وذلك (بصورة مباشرة) بما يعادل ١.٧ مليار دولار وذلك عام٢٠٠٩، ١٤.٢ % بصورة غير مباشرة بما يعادل ٦٠٧ مليار ليرة سوري.
- **الأردن**(*) ووفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد ساهمت السياحة الدولية بصورة مباشرة بحوالي ٨.٣% من الناتج المحلي الاجمالي بصورة مباشرة، وبما يعادل ٢٠.٣% بصورة مباشرة وغير مباشرة.
- **لبنان** ساهمت السياحة بحوالي ٩.٤% من الناتج المحلي الاجمالي بصورة مباشرة ، و٣٣.٨% بصورة غير مباشرة

1- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan, 2009**, op.cit.

* ووفقا لبيانات وزارة السياحة والآثار، والبيانات الصادرة من وزارة المالية فان مقدار مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي قد بلغت ١٤.٧% ٢٠٠٨علما بان النسبة قد بلغت ١٤% عام ٢٠٠٧، راجع :
المملكة الاردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والاثار الاردنية **مديرية الدراسات والمعلومات، التقرير الإحصائي التحليلي لقطاع السياحة** ٢٠٠٧، ٢٠٠٨

(٢) **أما في منطقة شمال افريقية**: يمثل حوالي ٥.٣% بصورة مباشرة، وحوالي١١.٣ بصورة مباشرة وغير مباشرة لعام ٢٠٠٩.[١]

- **في تونس** ووفقا لبيانات WTTC فقد ساهمت السياحة الدولية بنسبة ٨.٢% من إجمالي الناتج المحلي بصورة مباشرة بما يعادل ٥.٨ مليار دينار تونسي وذلك عام ٢٠١١، ١٧% بصورة غير مباشرة بما يقدر بحوالي ١٢ مليار دينار تونسي.
- **أما في المغرب** فيمثل الإسهام المباشر للسياحة الدولية ٩.١% من إجمالي الناتج المحلي في المغرب بما يقدر بحوالي ٤.٢ مليار دينار مغربي لعام ٢٠١١، وحوالي ١٩.٥% من الناتج المحلي الاجمالي بصورة مباشرة وغير مباشرة.

ويوضح الجدول التالي تقديرات الناتج المحلي الاجمالي في عدد من الدول العربية الاسلامية مع بيان مصدر هذه التقديرات:

جدول (٢٣): تقديرات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي ٢٠١١

الدولة	حجم مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (GDP) بصورة مباشرة ٪	حجم مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (GDP) بصورة غير مباشرة ٪
المملكة العربية السعودية	١.٩	٩.٥
مصر	٧.٣	١٥.٨
سوريا	٥.٧	١٤.٢
الاردن	٨.٣	٢٠.٣
لبنان	٩.٤	٣٣.٨
تونس	٨.٢	١٧
المغرب	٩.١	١٩.٥

المصدر :

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt, 2011, op.cit

1- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2009,** op.cit.

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan 2011, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, 2011, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia, 2011, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria 2011, op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudii Arabia , op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact :Lebanon , op.cit

يتضح من العرض السابق:

أولاً: تقارب حجم مساهمة القطاع السياحي الي اجمالي الناتج المحلي في الدول العربية الاسلامية محل الدراسة.

ثانياً: انخفاض حجم المساهمة المباشرة للسياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي في اغلب الدول العربية الإسلامية ويمكن إرجاع ذلك إلي عدم اعتماد اقتصادات هذه الدول علي الذات مما يعني انخفاض حجم التشابكات بين القطاع السياحي وباقي القطاعات وارتفاع حجم تسربات النقد الأجنبي نتيجة تزايد الاعتماد علي الاستيراد لمعظم مستلزمات القطاع السياحي.

د- مساهمة السياحة في الاستثمار:

ظلت التنمية الاقتصادية في الدول العربية الاسلامية لعقود طويلة يتم تمويلها ماليا سواء من الدولة، او القروض الداخلية او الخارجية، الا انه خلال العقود الثلاثة الاخيرة من القرن العشرين تعاظم دور الاستثمار الخاص المحلي والاجنبي في تمويل التنمية الاقتصادية خاصة مع سعي من عدد كبير من الحكومات لاتباع برامج الاصلاح الاقتصادي[1]، وتعتبر السياحة من القطاعات الجاذبة للاستثمارات المحلية والاجنبية بما يسهم في دعم اقتصادات الدول، وتعتبر الدول العربية الاسلامية من الدول الجاذبة للاستثمارات نظرا لأنها تتمتع بمقومات جذب سياحي مميزة مما يسمح بمزيد من الاستثمارات التي تقابل الطلب السياحي الحالي والمتوقع. [2]

١- عدنان داوود محمد العذاري، " اثر الاستثمار الاجنبي المباشر في الاقتصاد الاردني، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ١٥٦، وراجع ايضا : محمد يونس عبد الحليم، " دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية(الحالة المصرية)، ***المجلة العلمية لكلية التجارة بنين جامعة الازهر***، العدد ٢٩، ٢٠٠٤، ص ص ٣٦٥-٣٦٦.

٢- جليلة حسنين، مناخ الاستثمار السياحي في مصر:(تحليل دور واهمية العوامل المؤثرة فيه)"، في جليلة حسنين (المحرر)، **دراسات في التنمية السياحية**، ٢٠٠٧، ص ص ١٢٧ – ١٢٨.

(١) **منطقة الشرق الاوسط** : وفقا لبيانات ٢٠٠٩ فقد مثلت حجم الاستثمارات السياحية بمنطقة الشرق الاوسط حوالي ١١.٩% من اجمالي الاستثمارات.[١]

- **المملكة العربية السعودية**: مثلت الاستثمارات السياحية ٤.١% من حجم الاستثمارات السعودية بما يعادل ٣.٩ مليار دولار عام ٢٠١٠.
- **مصر**: وفقا لبيانات WTTC عام ٢٠١١ مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١١.٣ % من اجمالي الاستثمارات وقد قدرت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء قيمة الاستثمارات المنفذة في قطاع الفنادق السياحية بحوالي ٥.٦ مليار جنيه عام ٢٠٠٧/٢٠٠٨ تراجعت إلى ٣.٨ مليار جنيه عام ٢٠٠٨/٢٠٠٩ نتيجة الأزمة الاقتصادية العالمية بنسبة -٣٢ % [٢]
- **سوريا**: مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ٧.٦ % من اجمالي الاستثمارات بسوريا، بحجم ٣٩.٩ مليار ليرة سوري وذلك وفقا لبيانات WTTC لعام ٢٠١١.
- **الاردن**: تمثل الاستثمارات السياحية في الاردن ٨.٧% بحجم ٤١٨ مليون دينار اردني وذلك تبعا لبيانات wttc ٢٠١١
- **لبنان**: تمثل الاستثمارات السياحية عام ٢٠١١حوالي ١٠.٢% من اجمالي الاستثمارات ١.٨ مليار ليرة.

(٢) **منطقة شمال افريقية**: وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩ فقد مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١٤.٢ مليار دولار بنسبة ١٠.٧% من حجم الاستثمارات بالمنطقة.[٣]

1- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan, 2009**, op.cit.

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء ، " **دراسة "قطاع السياحة المصرى وأهميته الاقتصادية"**:

http://www.capmas.gov.eg/news.aspx?nid=852, accessed: Oct., 2011.

3- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Morocco,2009**, op.cit.

- **تونس** : تمثل الاستثمارات السياحية وفقا لبيانـــات WTTC لعـــام ٢٠١١ حوالي ١.٤ مليار دينار تونسي بما يعـــادل ٨.٤% مـــن اجمالي الاستثمارات الاجمالية بتونس.
- **المغرب** : مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١١.٤% من اجمالي الاستثمارات المغربية وذلك وفقا لبيانات WTTC لعام ٢٠١١ بما يعادل ٢٨.٥ مليار دينار مغربي.

جدول (٢٤): تقديرات مساهمة السياحة الي اجمالي الاستثمارات في الدول العربية الاسلامية ٢٠١١

الدولة	نسبة مساهمة السياحة الي اجمالي الاستثمارات ٪
السعودية	٤.١
مصر	١١.٣
سوريا	٧.٦
الاردن	٨.٧
لبنان	١٠.٢
تونس	٨.٤
المغرب	١١.٤

المصدر :

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt, 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia, 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudi Arabia , op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Lebanon , op.cit

الخلاصـــة:

تناول الفصل الثاني الأهمية الاقتصادية للسياحة الدوليـــة فـــي الـــدول العربية الإسلامية وذلك في مبحثين:

المبحث الأول تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية بما يعد مؤشرا مبدئيا للتعرف علي الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول وذلك خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) وقد تبين من العرض ما يلي:

أولاً: تزايد أعداد السائحين في الدول العربية الإسلامية سواء تلك الواقعة في شمال افريقية أو الشرق الأوسط باستمرار فيما عدا الســنوات التـــي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات مثل أزمة ســبتمبر ٢٠٠١، والأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ مما يعطي مؤشرا مبـــدئيا حـــول تنـــامي الحركة السياحية الوافدة إلي هذه الدول.

وحتى تكتمل الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية فقد كان من الضروري الإشارة أيضا إلي التطور الحادث في السياحة البينية، **وقد تبين ما يلي:**

١. أن الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية قد تختلف من دولة سياحية لأخرى حيث تزداد نسبيا في بعض الدول مثل لبنان والأردن مقابل بعض الدول الاخري كالمغرب مثلا.
٢. أنه من الملاحظ بصورة عامة تواضع نسبتها إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة في بعض الدول ذات الوزن السياحي في كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال افريقية مثل المغرب و تونس ومصر ، كما يلاحظ تناقص نسبتها بالتدريج في غالبية الدول محل البحث **وقد تم إرجاع ذلك إلي زيادة الأهمية النسبية للوافدين من الجنسيات الأخرى علي حساب السياحة البينية ومحاولة هذه الدول بذل المزيد من الجهود لجذب السائحين من الجنسيات الأخرى.** ويؤكد ذلك علي ضرورة البدء في تحديد إمكانيات التعاون فيما بين الدول العربية الإسلامية من اجل تنمية السياحة البينية.

ثانياً: أن الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية في تزايد مستمر فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات ، يشير ذلك إلي الأهمية الاقتصادية المتزايدة للسياحة الدولية حيث تعد الإيرادات السياحية المؤشر المبدئي للتعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية **بناء عليه** تم دراسة **الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية**

في الدول العربية الإسلامية في مبحث مستقل حيث تناول الفصل في البداية كيفية التعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية والعوامل المحددة لحجم هذه الآثار. ثم تم استعراض تلك الآثار وفقا لما هو متاح من بيانات في عدد من الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الاهم سياحيا في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية في العناصر التالية:

- **أهمية السياحة الدولية في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة حيث** يرتبط نمو السياحة كنشاط خدمي بزيادة فرص العمل خاصة في الدول النامية وتبين **وجود تقارب كبير في حجم مساهمة السياحة في خلق فرص العمل من دولة لآخري.**
  كما اتضح أهمية هذا القطاع في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- **دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات وتنويعها:**
  حيث تعتبر الإيرادات السياحية المباشرة احد مصادر النقد الأجنبي للدولة من خارج الاقتصاد القومي لذا فهي تعد من قبيل الصادرات غير المنظورة، وقد تم استعراض دورها في المساهمة في الصادرات في عدد من الدول العربية الإسلامية.
- **دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي:**
  وهذه المساهمة تأتي من خلال ما للقطاع السياحي من ارتباطات وتشابكات أمامية وخلفية بباقي قطاعات الاقتصاد القومي وما ينجم عنها من توليد إيرادات أخري لهذه القطاعات، وقد تبين انخفاض حجم مساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي في اغلب الدول العربية الإسلامية مما يعني انخفاض حجم التشابكات بين القطاع السياحي وباقي القطاعات وارتفاع حجم تسربات النقد الأجنبي نتيجة تزايد الاعتماد علي الاستيراد لمعظم مستلزمات القطاع السياحي.
- **مساهمة السياحة في الاستثمار:**
  تعتبر السياحة من القطاعات الجاذبة للاستثمارات المحلية والاجنبية بما يسهم في دعم اقتصادات الدول، وقد تبين ما للسياحة من مساهمة في الاستثمار في الدول العربية الاسلامية محل الدراسة.

البـــاب الثانـــى

العوامل غر الاقتصادية المؤثرة على السياحة الدولية فى الدول العربية الإسلامية

الفصـــل الثـالـــث

أثـر العوامل السياسية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

الفصل الثالث

اثر العوامل السياسية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

تتسم السياحة الدولية بالحساسية الشديدة تجاه العوامل التي تؤثر علي الاستقرار السياسي للمقاصد السياحية المختلفة؛ حيث ان لهذه العوامل القدرة علي التاثير علي نفسية السائحين، وتفضيلاتهم بصورة مباشرة، او غير مباشرة مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر وينعكس علي التدفق السياحي للمقاصد المختلفة.

ولا تقتصر هذه العوامل علي الأحداث السياسية العنيفة كالحروب وتهديداتها أو الحوادث الإرهابية فقط، بل تتعداها أيضا إلي الصراعات الطائفية والعرقية، بخلاف العلاقات السياسية المتوترة بين الدول.

لذا يسعي هذا الفصل إلي **رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١١) حتى يتسنى تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها لتقليل آثار مثل هذه العوامل علي تنمية السياحة الدولية، والبينية .**

تمهيد:

شهدت المقاصد العربية الإسلامية منذ مطلع الألفية الجديدة عددا من الأحداث السياسية التي أدت إلي التأثير علي السياحة الدولية الوافدة إليها، بالإضافة إلي مجموعة من الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين في عدد من الدول، وبعض الصراعات الداخلية الطائفية والعرقية، وأيضا بعض العلاقات السياسية المتوترة لبعض الدول بغيرها، بخلاف علاقتها المتوترة ببعضها البعض مما كان له أثره أيضا علي السياحة البينية.

لذا سوف يتناول هذا الفصل ما يلي:

أولا: تحليل اثر العوامل السياسية علي اتخاذ قرار السفر.

ثانيا: رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ – ٢٠١١) .

أولا: تحليل اثر العوامل السياسية علي اتخاذ قرار السفر(*):

تشير عدد كبير من الدراسات السياحية إلي ما تتسم به السياحة الدولية من حساسية تجاه عدم الاستقرار السياسي للمقصد السياحي. وتعد أحداث العنف السياسي كالحوادث الإرهابية، أو الحروب،وكذلك الصراعات الطائفية والعرقية المظهر الأساسي لعدم الاستقرار سواء أكانت داخلية أو إقليمية أو دولية (**)، حيث يهتم السائح بمدي توافر الأمن والأمان في المقصد السياحي الذي يرغب في زيارته مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر.

وقد استطاع ماسلو ١٩٤٣ أن يميز بين خمس طبقات رئيسية للحاجات الإنسانية من اجل فهم الدوافع النفسية، وجاءت الحاجة للأمان في المرتبة الثانية فيها بعد الحاجات الفسيولوجية(***) للإنسان، لذا يسعي السائح إلي زيارة المقصد الذي يضمن فيه أن الأحداث اليومية تسير بصورة متوقعة دون وجود أي تهديد أو خطر.

---

* تم التركيز في التحليل علي الحروب و الحوادث الإرهابية نظرا لان غالبية الدراسات السياحية التي تناولت تأثير العوامل السياسية قامت بالتركيز علي هذين العنصرين.

** تعد ظاهرة عدم الاستقرار السياسي من أكثر المفاهيم السياسية غموضا وتعقيدا إذ قد يضيقه البعض ليقتصر علي التغيرات السريعة في النخبة الحاكمة علي مستوي الوزارات والأحزاب، وقد يتسع ليشمل تحول نظام الدولة من الملكية إلي الجمهورية مثلا وقد يزداد اتساعا ليشمل الصور المختلفة للعنف السياسي كالاغتيالات والإرهاب والحروب والحركات الانفصالية وغيرها، (لمزيد من المعلومات، راجع : حسنين توفيق إبراهيم، ظاهرة العنف السياسى فى النظم العربية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ص٤٠-٥٩.

*** قام ماسلو ١٩٤٣ بالتمييز بين خمس طبقات رئيسية للحاجات الإنسانية وهي بالترتيب :الحاجات الفسيولوجية كالجوع والعطش، الحاجة للامان ، الحاجة للحب الاجتماعي، الحاجة للتقدير، الحاجة لتحقيق الذات، وقد تم الاستعانة بها من اجل فهم الدوافع النفسية للسائحين في العديد من الدراسات، لمزيد من المعلومات راجع جليلة حسنين ، **الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحة في مصر**، مرجع سابق ، ص ص ٩٦ ، ٩٧.

فوجود حرب داخل المقصد المراد زيارته من السائح المحتمل تعد احد عوامل الدفع للسائحين Push factors [١] مما يؤدي إلي إحجامه عن زيارة المقصد وربما عن زيارة منطقة بأكملها[٢]، لـذا يقـال دائمـا إن السياحة لا يمكن أن تتسع قاعدتها إلا في ظل الأمن والسلام[٣]، ففي أثناء الحروب يتم غلق الحدود البرية والبحرية والجوية أمـام حركـة السـفر والتنقل، كما أن حكومات الدول المصدرة للسائحين توصي مواطنيها بعدم السفر إلي الدول التي تمر بظروف الحرب، او اجلاء مواطنيها من الدولة التي قد تنشب فيها الحروب، كما يقوم منظمو الرحلات ووكـلاء السـفر بإدراج تلك المقاصد في القائمة السوداء Black Listed Destinations.[٤]

ومن ناحية أخري فقد أشار Wall 96 إلي أن الأحداث الإرهابية التي تتم داخل المقصد السياحي لها تأثير كبيرعلي اتخاذ قـرار السـفر، حيث تبين له من خلال مسح تم إجراؤه علي المسافرين الأمريكيين فـي منتصف الثمانينات أن أكثر من نصف المبحوثين توقفـوا عـن السـفر للسياحة عقب بعض الأحداث الإرهابية [٥]، لذلك تسعي المقاصد لتقـديم

1- Fletcher.J & Morakabati, Y." Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya", ***International Journal of Tourism Research***, Vol. 10, Issue 6., 2008, P.539.

2- Bonham ,C., Edmonds ,C. & Mak, J., "The impact of 9/11and other terrible global events on tourism in the U.S and Hawaii , Eest west center working papers , economics series , No.87, February, 2006, p.2 www.eastwestcenter.org/fileadmin/stored/pdfs/ECONwp087.pdf, accessed : Jul.,2011.

٣- صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل التسامح و السلام "، فـي : صـلاح عبـد الوهاب (المحرر) ، مرجع سابق، ص ١٧.

4- Mihalic, T., " Tourism and Warfare: The case of Slovenia ", in : Pizam, A. & Mansfeld ,Y.(eds.), (eds.) , ***Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley : New York , 1996, , PP.232.

5- Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence, Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence", ***Journal of Travel research***,. Vol.38, 1999, no.1 p.57

نفسها علي أنها مناطق مستقرة وامنة، وخالية من الجرائم – Crime free Destinations، كما تحاول جاهدة أن تخفي الدليل الذي يثبت العكس[١].

وقد أشار Pizam & smith 2000 من خلال دراستهم لأبرز الحوادث الإرهابية بين عامي ١٩٨٥ – ١٩٩٨ إلي الدلالة الواضحة للإرهاب علي انخفاض الطلب السياحي، وسجل أيضا Dhariwal 2005 الآثار السلبية للإرهاب علي السياحة الدولية، كما أشار كل من Enders & sanders & Parise 92 إلي نفس النتائج عند دراستهم لبعض الأحداث الإرهابية بالنمسا، وايطاليا، واليونان.[٢]

وعندما قامت دراسة ichainuwat & Chakraborty, G. Ritt 2009 بتحديد أهم المخاطر المؤثرة علي اتخاذ السائح قرار السفر[٣] احتل الإرهاب مركز الصدارة بين ستة أنواع من المخاطر التي يدركها السائح وتؤثر علي قرار السفر وهي بالترتيب: الإرهاب، ارتفاع تكاليف السفر، فقدان التجديد، الأمراض، تدهور عناصر الجذب، ووجود بعض العوائق مثل اختلاف اللغة، وطول وقت السفر، وزحام المرور، و قد سبقت هذه الدراسة دراسة أخري هي دراسة Lepp & Gibson 2003 حيث أشارت إلي عوامل المخاطرة في السياحة وحددتها بالإرهاب، بعض المسائل الصحية، عدم الاستقرار السياسي، الطعام الغريب، المعوقات الثقافية، الابعاد الدينية والسياسية، والجريمة[٤].

1- Boakye, K.A., "Studying Suitability as crime targets", ***Annals of tourism research***, Vol.37, Issue .3, 2010, P. 727.

2- Gut, P. & Jarrell ,S., "Silver Lining on a dark cloud :The Impact of 9/11 on a Regional Tourist Destination, ***Journal of Travel Research***, Vol.46, 2007, p. 148

3- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., "Perceived Travel Risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand", ***Tourism Management***, Vol.30, 2009, pp. 410- 418.

4- Ng, S. Lee, J.A, Soutar, G. N.," Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance", ***tourism management***, Vol. 28 , No. 6, P.1499.

وعلي الرغم من عدم وجود تعريف واحد للإرهاب[١] إلا أن جميع التعريفات التي تناولته اتفقت جميعها علي انه يستهدف بصورة رئيسية خلق حالة نفسية من الخوف، والرهبة، وعدم الشعور بالأمان لدي المستهدفين سواء من السائحين او غيرهم بغض النظر عن دوافع الفعل نفسه.

ويري Ryan 93 أن أي هجوم إرهابي علي السائحين هو بالأساس هجوم علي الحكومة؛ حيث تري محيا زيتون ٢٠٠٢ أن الاعتداء علي السائحين يكون من اجل إظهار عجز الحكومة عن الحفاظ علي امن المجتمع ؛ لذا يعتبر السائحون بالنسبة للإرهابيين هدفا أكثر تفضيلا من السكان المحليين[٢].

وهذا يؤكد ان الأحداث الإرهابية في حد ذاتها ليست الا فعلا رمزيا يمكن النظر إليه كوسيلة اتصال وفقا لنظرية Philip Karber[*] حيث يسعي الإرهابيون إلي توصيل رسالة معينة عبر الحدث الإرهابي من خلال وسائل الإعلام والتي تمد الإرهابيين بوصول فوري للجمهور العالمي.[٣]

وبصورة عامة، وسواء أكانت الأحداث السياسية العنيفة حروبا، أو حوادث إرهابية **او حتي صراعات داخلية او اقليمية، فان وسائل الإعلام** المختلفة سواء المرئية، أو المسموعة، أو المقروءة **هي صاحبة**

١- لا يتسع المجال هنا لاستعراض هذه التعريفات خاصة و أن المفهوم غالبا ما يرتبط بانحيازات سياسية و إيديولوجية فما يعتبره البعض إرهابا قد يعده البعض مقاومة مثلما تصور وسائل الإعلام الأمريكية المقاومة الفلسطينية للاحتلال الإسرائيلي بكونه إرهابا، و للاطلاع علي تعريفات الارهاب راجع: حسنين توفيق إبراهيم، مرجع سابق، ص ص ٤٠، ٤١.

2- Bookye, K.A., Op.cit, p. 727.

* أشار في نظريته إلي المكونات الأربعة لعملية الاتصال في الحدث الإرهابي وهي الإرهابي وهو موصل الرسالة، الفعل الإرهابي وهي تتضمن الخسائر المادية والضحايا البشريين، وهدف الرسالة وغالبا ما يكون سياسيا، ثم التغذية المرتدة وهي رد فعل الحدث.

3- Sonmez, S.F. & Graefe, A.R., "Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decision ", *Annals of tourism research*, Vol.25, No.1, 1998, P.117.

الدور الرئيسي في نشر أخبار هذه الاحداث علي المستوي الدولي، خاصة إذا كانت أحداثا عظيمة ومؤثرة مثل أحداث ١١ سبتمبر، أو الغزو الأمريكي للعراق حيث ارتبط تصاعد الإرهاب بالتطور الكبير الحادث في الاتصالات[١].

ونظرا للمصداقية المرتفعة لوسائل الإعلام فان لها تأثيرا كبيرا علي قرار السفر[٢]، كما أن الأسلوب الذي يتم به عرض الحدث و تشخيصه يظل حيا في ذهن السائح[٣] خاصة وأن الأخبار السلبية لها رواج اكبر من أية أحداث ايجابية[٤]؛ إذ تستطيع وسائل الاعلام بتغطيتها اليومية للأحداث أن تمد السائح بمعلومات يومية عن المقصد لا يوفرها له أي مصدر أخر، خاصة إذا كانت مرئية مثل التليفزيون والانترنتُ. فالمشاهد العنيفة للأحداث الإرهابية أو الحروب وتهديداتها التي يشاهدها السائح في وسائل الإعلام، بالإضافة إلي التحذيرات التي تطلقها الحكومات عبر وسائل الإعلام من السفر إلي الاماكن التي تتم فيها هذه الأحداث تسهم في زيادة الشعور بالخطر لدي السائح المحتمل خاصة عندما يفتقد الخبرة بالمقصد، وذلك وفقا لدراسة 1998 & Sonmez Graefe، ومن خلال إدراك السائح لوجود الخطر يتولد لديه شعور بالقلق بشان أمنه في المقصد السياحي مما يؤثر علي قرار السفر.

وبعبارة أخري فان كافة الأحداث السياسية حتى لو لم تستهدف السائح بالأساس فإنها وبلا شك تؤدي إلي التاثير علي قرار السفر.

ومن ناحية أخرى فإن عدم الاستقرار السياسي ينتج عنه ما يعرف بالمخاطر السياسية political risk والتي تتعلق بامكان تاثير الاحداث

1- Ibid, P.117.

2- Rittichainuwat, B.N. & Chakraborty, G, Op.cit, p. 411.

3- Fletcher, & Morakabati, Op.cit, p. 539.

4- Lexow, M. & Edelheim, J. &., Effects of negative media events on Tourist's decisions in W, Frost, G Croy & S Beeton (eds), **Proceedings of International Tourism and Media Conference 2004,** Tourism Research Unit, Monash University, Melbourne, p.52.
epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context, accessed: May, 2010.
أشارت هذه الدراسة أن نوعية المعلومات المتاحة حول المقصد عبر وسائل الإعلام لها تاثيرها علي عملية اتخاذ قرار السفر مما ينعكس ايجابا او سلبا علي الحركة السياحية.Go or not to go:, P. 55

السياسية علي الاستثمارات السياحية بالاسلوب الذي يؤدي اما الي فقدان هذه الاستثمارات، او انخفاضها عن المتوقع.[١]

ومن خلال العرض السابق يمكن التوصل إلي أن: تأثير العوامل السياسية وخاصة الحروب والحوادث الإرهابية علي قرار السفر ينتج عنه **انخفاض حجم التدفق السياحي والذي** تختلف حدته وفقا لعدة عناصر:

ا- **خطورة الحدث severity of the event** [٢]: حيث انه كلما زادت خطورة الحدث ادي ذلك إلي انخفاض ثقة السائح بالسفر إلي المقصد، وتؤدي به إما إلي إلغاء رحلته، أو التحول إلي مقصد أكثر أمانا، أو تأجيل الرحلة علي أحسن تقدير.

ب- **مكان الحدث:** فكلما كان الحدث في مكان تجمع السائحين كلما زاد تأثيره علي التدفق السياحي، وتشير دراسة (Pizam 99)[٣] إلي أن الأحداث السياسية العنيفة خاصة التي ترتكب ضد السائحين، وفي الأماكن السياحية لها التأثير القوي، والأطول أثرا علي الطلب السياحي؛ لذا فان المقاصد التي يدرك السائحون أنها غير آمنة تفقد جاذبيتها لديهم، وذلك وفقا لكل من Holcomb & Pizam 2006، وأيضا Schiebler, Crotts & Hollinger 1996[٤].

ج – **توقيت الاحداث** Timing of attack **ومعدل تكرارها Frequency of the attacks**[٥]: يؤثر توقيت الحدث علي حجم التدفق السياحي فمثلا حدوث اي حدث ارهابي وقت موسم الرواج يمكن ان يؤثر بصورة اشد نسبيا علي

1- Steiner, V., "An Overestimated Relationship? Violent Political Unrest and Tourism Foreign Direct Investment in the Middle East", ***International Journal of Tourism Research,*** Volume 12, Issue 6,, 2010, PP. 726.

2- Fletcher.J & Morakabati, Y.,Op.cit, 540.

3- Pizam A. 1999." A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations and analyzing their differential effects on tourism demand ", ***Journal of Travel Research***, Vol. **38**, Issue.1, P. 11.

4- Boakye, K.A, Op.cit, p. 727.

5- Fletcher, & Morakabati, Op.cit, p. 554.

التدفق السياحي من حدوثه في موسم الكساد، كما انه كلما زاد تكرار الأحداث الارهابية كلما زاد إحجام السائح عن زيارة المقصد.

د- **مدي تأثر صورة المقصد السياحي** : وهنا تلعب التغطية الإعلامية دورا كبيرا[١] في ذلك حيث تعد وسائل الإعلام احد عوامل تشكيل الصورة السياحية للمقصد في أذهان السائحين المحتملين مما يؤثر علي التدفق السياحي حيث يتغير إدراك السائح للمقصد فور نقل الأحداث ومشاهدتها[٢]. فالقصص الإخبارية News stories والتي تمد السائح بالمعلومات الأساسية حول الأحداث الكبيرة التي تتعلق بأمن المقصد في فترة قصيرة من الوقت تسهم في رسم صورة المقصد أو تغييرها مما قد يؤدي إلي شطبه من قائمة الاختيارات مهما كانت جاذبيته، بحثا عن مقصد أكثر أمنا[٣]. وتلعب وسائل الاعلام الاجتماعي المعتمده علي الاتصال السريع مثل تكنولوجيا الانترنت والموبايل دورا كبيرا في نقل الاحداث بسرعة فائقة بما يحول الاتصال الي حوار تفاعلي interactive dialogueمثل بعض صفحات الوب المعروفة face book, twitter, you tube و قد لعب موقع Face book دورا كبيرا في تحريك احداث الثورات العربية عام ٢٠١١ وtwitter في تنسيقها وتم نقلها للعالم عبر you tube[٤] مما اعطي السائحين انطباعا بعدم الاستقرار السياسي وعدم الامان.

وفيما يلي سوف يتم رصد أهم العوامل السياسية التي أدت إلي التأثير علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١).

1- Ibid, p. 538.

2- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., Op.cit, p. 412.

٣- داليا زكي، **الوعي السياحي والتنمية السياحية: مفاهيم، وقضايا**، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٨، ص. ٥٣-٥٦.

4- Social media, http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media , accessed : Apr. , 2011.

ثانيا: رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١).

يعد عدم الاستقرار السياسي من اهم المشكلات التي تعاني منها عدد كبير من الدول العربية الإسلامية؛ لما لها من تاريخ طويل من الحروب وعدم الاستقرار، بخلاف الأنشطة العنيفة المكثفة والمتكررة، مما أساء الي صورة المنطقة في أذهان السائحين، واثر علي التدفق السياحي إليها.[١]

وقد تعرضت الدول العربية الإسلامية منذ بداية العقد الماضي لعدد من العوامل التي أثرت علي السياحة الدولية فيها، وفيما يلي سوف يتم التعرض لأهم العوامل السياسية، وأقواها تأثيرا علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١).

أولا: الأحداث الإرهابية:

١- حادثة ١١ سبتمبر ٢٠٠١ :

أشارت كل من دراسة Hazbun 2006[٢], Al-Hamarneh, A. Steiner, C 2002," [٣] إلي أن أحداث سبتمبر ٢٠٠١ كانت من أقوي الأحداث السياسية تأثيرا علي السياحة الدولية[*]، **ويمكن إرجاع قوة تأثير هذه الحادثة إلي الأسباب التالية:**

1- Mansfeld, Y., Wars, tourism and the "Middle East" factor", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.), ***Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley: New York, 1996, pp. 265, 266, 271.

2- Hazbun, W., "Explaining the Arab Middle East Tourism Paradox", ***The Arab World Geographer,*** Vol 9, No 3, 2006 PP. 206–21,. **hazbun**.mwoodward.com/AWG93**Hazbun**.*pdf, accessed*: Nov, 2008.

3- Al-Hamarneh, A. Steiner, C," Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World After September 11, 2001" , ***Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East,*** Volume 24, Number 1, 2004, pp. 173-182, (http://muse.jhu.edu/journals/comparative_studies_of_south_asia_africa_and_the_middle_east/v024/24.1al-hamarneh.pdf), accessed: Nov., 2008.

* تمت هذه الأحداث عندما اخترقت ٤ طائرات تجارية مدنية أمريكية برجي التجارة العالمي ، والبنتاجون وراح ضحيتها عدد كبير من المدنيين الأمريكيين وجنسيات أخري .

(أ) **طبيعة الحدث نفسه** والتي أثرت علي سيكولوجية السائح المحتمل وخلقت لديه الشعور بالخوف من السفر بالطائرات والتي تعد الوسيلة الأهم للتنقلات السياحية الدولية، ويرجع ذلك إلي استخدام الطائرات المدنية في العملية.

(ب) **تفرد الحادثة في تأثيرها** علي السياحة الدولية **نظرا للدور الدولي لأمريكا**، وموقعها في الاقتصاد العالمي[1]، بخلاف **الطبيعة الدولية واسعة النطاق الجغرافي لتنظيم القاعدة** واستقرار قوته، مع **التوسع في النقل والاتصالات الدولية**؛ مما أدي إلي اتساع النطاق الجغرافي لتأثير الحدث وأعطاه صبغة دولية وأثر علي الحركة السياحية في العالم بأسره.

(ج) **تركيز التحليل الإعلامي** لخبراء السفر**علي خطورة الحدث علي السياحة الدولية** حيث أشار Tarlow2003 إلي أن غالبية هذه التحليلات ركزت علي **فكرة السياحة في زمن الرعب Terror** مما أدي إلي انخفاض الثقة في السفر وارتفاع إحساس السائح بالخطر[2].

وفي اليوم التالي للأحداث أصدرت الحكومة الأمريكية a travel advisory تقريرا استشاريا لمواطنيها يحمل أسماء ٢٨ دولة يفضل تجنب السفر إليها، منها ٨ دول عربية إسلامية وهي (لبنان – السودان – العراق– ليبيا – اليمن – الضفة الغربية – الجزائر – الصومال)، حيث اعتبرتها مصدر تهديد لأمن مواطنيها[3]، إلا أن تأثير هذه الحادثة علي حركة السياحة الدولية لم تقتصر علي هذه الدول، بل امتد لغيرها من الدول العربية الإسلامية. **مما أدي إلي التأثير علي قرار السفر** ولكن **بصورة متفاوتة تنوعت بين:**

(١) **إلغاء الرحلات السياحية إلي منطقة الشرق الأوسط** خاصة الوافدة من الأماكن البعيدة.

1- Ibid.

2- Hazbun, W., Op.cit, p. 208.

3- Goodrich, J.N," September 11, 2001 attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry", ***Tourism Management***, Vol. 23, Issue .6, 2002, P. 576.

(٢) **تحويل اتجاه الرحلات السياحية relocation of tourism إلي سياحة داخلية أو مناطق سياحية أكثر قربا أو أكثر أمانا** [1] **وكان ذلك نتيجة ظهور اتجاه أمريكي غير موافق للسياحة في بعض البلدان الإسلامية خاصة العربية منها**، وارتفاع مستوي الإحساس بالخطر من حيث اعتقادهم بإمكان إلحاق الضرر بهم. وعلي الرغم من أن عددا كبيرا من الدراسات السياحية أشارت إلي أن أية تأثيرات في اتجاهات الطلب السياحي تكون مؤقتة ومنها هذه الحادثة الا ان تفردها تمثل في انها قد تركت أثرا علي الأجل الطويل وهو الرغبة الملحة للسائحين في طلب الأمن من المقاصد السياحية[2]

(٣) **إقبال السائحين من الدول العربية الإسلامية علي السياحة البينية** مما أدي إلي اعتبار منظمة UNWTO ٢٠٠٣ منطقة الشرق الأوسط من المستفيدين من الحدث Winners بسبب السياحة البينية، وكان السبب الرئيسي وراء هذا الاقبال هو التشديد في الإجراءات الأمنية عند دخول المطارات وركوب الطائرات في أوروبا وأمريكا خاصة بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول الإسلامية مما أدي إلي انخفاض أعداد هؤلاء السائحين بنسبة ٤٠-٦٠%، وذلك وفقا لبيانات UNWTO [3] ٢٠٠٢.

وقد انخفض معدل النمو السياحي في منطقة الشرق الاوسط عام ٢٠٠١ بحوالي-٨.٠% **كما قد تفاوت تأثير الأحداث من دولة لآخري** داخل منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقية، سواء علي السياحة الدولية او البينية كما يلي: (*)

1-Wall, G. "Terrorism and Tourism: an overview and Irish example", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y.(eds.), : Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.) , ***Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley : New York , 1996., p.147.

4- Boakye, K.A, Op.cit. P.727.

٢- جليلة حسنين ،" الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها علي السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق، ص ٢١٦.

* سوف يتم تناول الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأكبر في السياحة الدولية.

ففي مصر ا- تأثر اجمالي اعداد السائحين بنسبة -١٣.٧% عام ٢٠٠١، اما السوق الأوربي من ٣.٨ مليون سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٣.١ مليون سائح عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -١٨.٤ %(*)، كما تأثرت السوق الأمريكية حيث انخفض عددهم من ٣٤١ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٢٥٢ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -٢٦%؛ ويرجع ذلك بالأساس إلي الدور الخطير الذي قام به الإعلام الغربي في الإساءة إلي صورة العرب والمسلمين(١).

ب - تأثرت أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية بصورة محدودة حيث انخفض عددهم من ٩٩٥ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٩٧٢ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل انخفاض -٢.٣ % هذا علي الرغم من ارتفاع الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من هذه الدول علي حساب السياحة الأوروبية(٢)، وذلك نظرا لان معدل الانخفاض في عددهم اقل كثيرا من معدل الانخفاض في السياحة الاوروبية. واستمرت الزيادة في اعداد هؤلاء السائحين حتي عام ٢٠٠٢ نتيجة الحملات الترويجية التي تم إرسالها إلي عدد من الدول العربية الإسلامية كالسعودية والكويت والإمارات، لجذب السائحين العرب (٣) الا ان الاهمية النسبية لها انخفضت في مقابل ارتفاع الاهمية النسبية للسياحة الاوروبية.

ج - بينما عادت السياحة الوافدة من الدول الأوروبية إلي مستوي نصيبها النسبي عام ٢٠٠٠ ظلت السياحة الوافدة من الأمريكتين في انخفاض معدل نموها حيث بلغ عددهم عام ٢٠٠٢ حوالي ١٧١ ألف سائح بمعدل انخفاض - ٣٢ %، وأصبح نصيبها النسبي لا يتعدي ٣.٤% من إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلي مصر بعد أن كان يمثل حوالي ٦% وذلك

---

* راجع الفصل الثاني.

١- جليلة حسنين، "الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها علي السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق، ص ٢٢٤

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء، مرجع سابق، وراجع الفصل الثاني.

٣- هبة القرموطي، إدارة الأزمات السياسية وتأثيرها علي السياحة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٦١

بسبب تزايد النصيب النسبي للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية رغم أن عددهم عاد للتزايد حتى وصل إلي ٣٤٠ ألف سائح أي ما يقارب عددهم قبل الأحداث.(*)

وبصورة عامة فقد كان اثر أحداث ١١ سبتمبر علي مصر أكثر وضوحا من غيرها من الدول العربية الإسلامية نظرا لان هذه الأحداث قد كانت متزامنة مع الآثار السلبية لأحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية التي اشتعلت في خريف ٢٠٠٠.(١)

أما سوريا: فعلي الرغم من انخفاض اعداد السائحين الدوليين بمعدل – ٧% عام ٢٠٠١ الا ان هناك زيادة في اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية عام ٢٠٠١ بمعدل ٦٩% فقد استفادت من الأثر التحويلي للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية عام ٢٠٠٢ ، **وكذلك الحال بالنسبة للبنان** حيث زادت أعداد السائحين من ٧٤٢ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٨٣٧ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل زيادة يقدر بحوالي ١٢.٨ % ثم إلي ٩٥٦ ألف سائح عام ٢٠٠٢ بمعدل نمو ١٤.٢ %(**).

أما بالنسبة للأردن، والملكة العربية السعودية فقد كان معدل النمو السياحي ايجابيا عام ٢٠٠١ مقدرا بحوالي ٣.٥ %، و٢.٣% علي الترتيب نتيجة اعتماد الأولي بالأساس علي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية، و اعتماد الثانية علي سياحة الحج و العمرة، مما أدي إلي عدم تأثرهما بشدة نتيجة الأحداث، وفي عام ٢٠٠٢ ارتفع معدل النمو السياحي بنسبة ٦٢ % في الأردن، و ١١% في المملكة العربية السعودية مما يعني محدودية تأثير الأحداث عليها عام ٢٠٠١ بدليل استعادة اقوي للنشاط عام ٢٠٠٢.(٢)

أما بالنسبة للمغرب: فقد لوحظ عدم تأثر السياحة الدولية فيها فيما عدا انخفاض أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا، وايطاليا وبلجيكا وذلك عام ٢٠٠٢. فقد انخفض عدد السائحين الألمان من ١٩٦٧٠٠ سائح إلي

---

* جليلة حسنين ، مرجع سابق ، ص ٢٢٤

١- نفس المرجع السابق، ص ٢١٢.

** راجع الفصل الثاني

2- Ibid.

١٧٢٨٦٠سائح، والايطاليون فقد انخفض عددهم من ١٢٣٦٢٨ سائح إلي ١١٢٥١٨ سائح اما البلجيكيون فقد انخفض عددهم من ٨٤٠١١ الي ٨٣٩٦٦ سائح .[١]

أما بالنسبة لتـــونس فقد تضامن اثر حادث جربه ٢٠٠٢ مـــع تـــأثيرات أحداث سبتمبر، حيث شهد العام انخفاضا في إجمالي أعـــداد الســـائحين الدوليين بما يعادل -٦% بالمقارنة بعام ٢٠٠١،[٢] وكان الانخفاض فـــي أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا و فرنسا[٣]، وقد تواصـــل انخفـــاض اعداد السائحين الوافدين من المانيا وفرنسا حتـــي عـــام ٢٠٠٣، حيـــث انخفض عددهم من ٦١٣.٦٦٦ ســـائح الـــي ٤٨٨.٤٨١ ســـائح ومـــن ٨٨٥.١٦٧ سائح الي ٨٣٣.٩٨٩ سائح علـــي الترتيـــب بـــين عـــامي ٢٠٠٢،٢٠٠٣[٤].

<u>وخلاصة القول يمكن استنتاج ما يلي:</u>

١- أنه علي الرغم من أن أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ كان لها الفضل في إعادة توجيه نظر السائحين من الدول العربية الإسلامية إلي السياحة البينية، إلا أن مثلها مثل أي حادث إرهـــابي تـــأثيره يعـــد وقتيـــا transitory بينما يقل حدة تأثيره بمرور الوقت [٥].

٢- اتضح مما سبق أن تأثير الأحداث تفاوت وفقا لهيكل الطلب السياحي للدول المختلفة فكلما كان الاعتماد علي السياحة الوافدة من خـــارج المنطقة كبيرا كلما اشتد تأثير الأحداث علي التدفق الســـياحي لهـــا، وتقل حدة التأثير كلما زاد اعتماد الدول علي السياحة البينيـــة ممـــا يشير الي ضرورة اتخاذ الاجراءات اللازمة نحو مزيد من تشـــجيع السياحة البينية.

١- وزارة السياحة المغربية، **التطور السنوي لوصول السياح الي نقط الحدود:**
http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm, accessed: Jul., 2011

2- Sesric,Op.cit.

3- Hazbun. Op.cit.

4- UNWTO, **Year book of tourism statistics data 2002- 2006, 2008 edition**, p. 80

٥- راجع الفصل الثاني

جدول رقم (٢٥): ملخص لاثار احداث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية في عدد من الدول العربية الاسلامية ذات الوزن السياحي.

الدولة	ملخص اثار احداث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية
مصر	١- تأثر السوق الأوربي عام ٢٠٠١ بنسبة -١٨.٤ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٠ ٢- تأثر السوق الأمريكي عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -٢٦% . ٣ - تأثرت أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية بصورة عام ٢٠٠١ بمعدل انخفاض -٢.٣ %. ٤- ظلت السياحة الوافدة من الأمريكتين في انخفاض معدل نموها عام ٢٠٠٢ بمعدل - ٣٢ %، وأصبح نصيبها النسبي لا يتعدي ٣.٧ %.
سوريا	انخفاض اعداد السائحين بمعدل -٧% عام ٢٠٠١ ثم زيادتها الي ٦٩% عام ٢٠٠٢ نتيجة الاثر التحويلي للسياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية.
الاردن	ارتفاع معدل النمو السياحي عام ٢٠٠١ بنسبة ٣.٥ % و في عام ٢٠٠٢ ارتفع بنسبة ٦٢ % نتيجة اعتمادها بالأساس علي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية.
لبنان	زيادة أعداد السائحين الدوليين عام ٢٠٠١ بمعدل يقدر بحوالي ١٢.٨ % ثم إلي١٤.٢ % عام ٢٠٠٢
المملكة العربية السعودية	زيادة معدل النمو السياحي عام ٢٠٠١ مقدرا بحوالي ٢.٣% و في عام ٢٠٠٢ بنسبة ١١%
المغرب	انخفاض أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا و ايطاليا و بلجيكا و بعض الجنسيات الاخري عام ٢٠٠٢فقد انخفض عدد السائحين الألمان بنسبة -١٢%، أما الايطاليون فقد انخفض عددهم بنسبة -٩% اما السائحين البلجيكيين فقد انخفض عددهم بنسبة - ٨٧.٤%
تونس	انخفاض في إجمالي أعداد السائحين الدوليين الوافدين من ألمانيا و فرنسا عام ٢٠٠٢بما يعادل -٣.٧% بالمقارنة بعام ٢٠٠١ وقد استمر حتي عام ٢٠٠٣ حيث انخفض عددهم بنسبة -٢٠%، نسبة -٥.٨ % علي الترتيب بين عامي ٢٠٠٢، ٢٠٠٣

المصدر : الجدول من اعداد الباحثة.

ب ـ بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب:

خلال العقد الماضي وقعت بعض الأحداث الإرهابية في بعض الدول العربية الإسلامية وكان أبرزها ما يلي:

١ ـ تفجير كنيس غريبة اليهودي بجزيرة جربه بتونس ١١ ابريل ٢٠٠٢ [1]

كان ذلك بشاحنة لنقل الغاز الطبيعي أدت إلي مقتل ٢١ شخصا منهم ١٤ من السائحين الألمان، فرنسي واحد، و تونسيين، بالإضافة إلي جرح، وإصابة ما يزيد عن ثلاثين شخصا.

وقد تأثرت السياحة التونسية عام ٢٠٠٢ حيث انخفض أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلي تونس من اكثر من ٥.٣ مليون سائح عام ٢٠٠١ إلي حوالي ٥ مليون سائح بمعدل نمو سالب يربو علي – ٦% (*).

٢ـ تفجيرات الدار البيضاء ٢٠٠٣ [2]: والتي استهدفت خمسة مواقع هي فندق فرح، ومقر الرابطة اليهودية، ومقبرة يهودية قديمة، ومطعم للأكل الايطالي يملكه يهودي، وقنصلية بلجيكا، ومطعم اسباني Casa De Espana، ولم تؤد هذه الأحداث إلي اثر ملحوظ علي إجمالي أعداد السائحين الدوليين عام ٢٠٠٣، لذا قد يعتبر حادثة فردية.(**)

٣ – تفجيرات عمان ٩ نوفمبر [3] **٢٠٠٥**: استهدفت هذه التفجيرات ثلاثة فنادق وسط العاصمة الأردنية، ونجم عنها وفاة ٦٧ شخصا من بينهم المخرج السوري العالمي مصطفي العقاد وابنته، بالإضافة إلي إصابة المئات.

1- ar.wikipedia.org/wiki/ accessed : Aug, 2010

* راجع الفصل الثاني.

2- Tourism to Morocco suffers after terror attack , afrolnews.com, accessed : Aug, 2010.

** وكان هذا الهجوم قد حدث يوم الجمعة الموافق ١٦ مايو ٢٠٠٣ ، و كانت أثاره علي منظمي الرحلات الأسبان سريعا في إعادة النظر في تنظيم رحلات المغرب و كان ذلك يوم الاثنين التالي للانفجارات ، و في عام ٢٠٠٧ حدث انفجار آخر في حي سيدي مؤمن بالدار البيضاء حيث فجر انتحاري نفسه في مقهى انترنت ، و قد تبين أن المقهى لم يكن مستهدفا بينما كان الهدف عدد من المطاعم و الفنادق بالدار البيضاء

3 - TTI, **Country reports, JORDAN, November 2007.**

وقد ترتب علي هذه الأحداث تأثر أعداد سائحي المبيت خلال شهر نـوفمبر ٢٠٠٥ حيث انخفضت بنسبة -١٤% مقارنة بنوفمبر ٢٠٠٤، حيث كان عدد سائحي المبيت يقدر بحوالي ٢٣٥٨٨٤ سائح، واصبح عددهم ٢٠٢٨٣٦ عام ٢٠٠٥، كما حدث انخفاض في اعداد السائحين عام ٢٠٠٥ بمعـدل ٤.٦ % مقارنة بعام ٢٠٠٤، حيث كان معدل النمو في اعداد السائحين يمثل حـوالي ٢١%، ومن المرجح ان هذا التأثير كان ناجما بالأساس عن تسليط الضـوء عليها من قبل الإعلام الدولي.[1]

٤. تفجيرات سيناء

- **تفجيرات طابا ٧ أكتوبر [2] ٢٠٠٤:**

استهدفت هذه التفجيرات فندق هيلتون طابا ومنتجعات سياحية أخري، وراح ضحيتها ٣٤ شخصا من بينهم مصريون، وسائحون إسرائيليون، وجنسيات أخري، كما جرح آخرون، وقد اقتصرت نتائج هذا الحدث علي إلغاء حجوزات من بعض الروس والايطاليين نتيجة صداها الإعلامي الواسع دوليا.

- **تفجيرات شرم الشيخ ٢٣ يوليو ٢٠٠٥:**

تعد هذه الحادثة اعنف الأحداث الإرهابية الموجهة ضد السائحين منذ حادثة الأقصر ١٩٩٧ حيث استخدمت سيارات مفخخة للقيام بثلاثة تفجيرات استهدفت فنادق موفنبيك، وغزالة، ومناطق تسوق يرتادها السائحون، وراح ضحيتها حوالي ٨٠ قتيلا، كما أصيب أكثر من مائتي شخص.

ووفقا لبيانات صادرة عن البنك المركزي فقد انخفض عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي مصـر بمعـدل ٧.٤ % خـلال الفتـرة (يوليـو – سبتمبر ٢٠٠٥ – ٢٠٠٦)، وذلك بالمقارنة بنفس الفترة مـن عـام ٢٠٠٤– ٢٠٠٥، وقد استطاعت السياحة المصرية تجاوز آثار الأحداث سـريعا مـن خلال ما بذله جميع أطراف النشاط السـياحي مـن مجهـودات لاحتـواء

١- المملكة الاردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والآثار الأردنيـة، **النشـرة الإحصـائية السياحية ٢٠٠٥، عدد سياح المبيت وزوار اليوم الواحد شهريا للسـنوات ٢٠٠٢– ٢٠٠٥.**

2- TTI, **Country Reports, EGYPT, Mintel August, 2008**, P. 8.

الموقف(*) حيث كان معدل النمو السياحي لعام ٢٠٠٦ ايجابيا مقدرا بحـــوالي ٤.٩ % إلا انه يعد اقل من معدل النمو للعام ٢٠٠٥ والذي قدر بحوالي ٦.٥ %(**).

٥ـ تفجيرات الحسين، والمتحف المصري [١]

- **تفجيرات خان الخليلي ٧ ابريل ٢٠٠٥ : حيث أدي هجوم انتحاري بقنبلة وسط حي الأزهر** إلي مقتل مصري و أمريكي و٢ من الفرنسيين بالإضافة إلي منفذ الهجوم، كما أصيب آخرون.
- **تفجير ٣٠ ابريل ٢٠٠٥: وقد** حدث ذلك بميدان عبد المنعم رياض بالقرب من المتحف المصري نتج عنها مقتل شخص واحد، واصابة سبعة أشخاص منهم ٤ أجانب بينهم إسرائيليان، وايطالي، وسويدي.[٢]
- **تفجير فبراير ٢٠٠٩ :** انفجار الحسين الذي سقط علي أثره ٢٠ جريحا، وقتيلان بينهم سائحة فرنسية نتيجة انفجار عبوة ناسفة بمنطقة الحسين حيث أصيب فرنسيون، وألمان، وسعوديون، ومصريون بينهم طفل، وأحد أفراد الشرطة[٣].

---

* قامت وزارة السياحة أولا بتفعيل مجموعة إدارة أزمات خلال ساعة من وقوع التفجيرات بالإضافة إلي الاتصال بوسائل الإعلام من اجل توضيح الموقف للرأي العام المصري و العالمي ثم قامت بإتباع الكثير من البرامج لاستعادة النشاط السياحي مرة أخري إلي ما كان عليه قبل الأحداث من خلال تكثيف الحملات الترويجية في بعض الأسواق التي حذرت مواطنيها من زيارة مصر ، كما قامت بعض وسائل الإعلام المصرية بدورها في إبراز الحركة السياحية الموجودة بالمدينة لطمأنة السائحين ، كما أقامت شركات المحمول بالتعاون مع الوزارة و بعض الهيئات حفلا في أغسطس ٢٠٠٦ بعنوان " التحدي من اجل السلام " .(لمزيد من المعلومات : راجع هبة القرموطي، مرجع سابق ص ص ٨٥- ٩٩)

** راجع الفصل الثاني.

١- إيمان محمد منجي ، فعالية الإدارة في مواجهة أزمات السياحة : دراسة حالة مصر في مواجهة أزمة تفجيرات شرم الشيخ ، ملتقي صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي و إداري و تنموي ، تونس – الجمهورية التونسية ٢-٦ يوليو ٢٠٠٦، ص ٣١.

٢- نفس المرجع السابق

٣- إذاعة هولندا ،" الإرهاب يهدد السياحة المصرية مجددا" ،
(http://static.rnw.nl/migratie/www.rnw.nl/hunaamsterdam/mideastafrica/23020901-redirected) , accessed : Aug., 2010

٦-حادثة الجلف الكبير في أواخر عام ٢٠٠٨ تم اختطاف بعض السائحين في ١٩ سبتمبر في منطقة الجلف الكبير[١]، ثم قام **الخاطفون بنقل السياح إلى منطقة "كركوك طالح"، وهى تقع داخل الأراضى السودانية ومتاخمة للحدود المصرية**. وقد تبين ان الحادث من تدبير عصابة إجرامية بهدف الحصول على المال، **وليس عملا إرهابيا** كعمليات التفجير السابقة في شبه جزيرة سيناء بين عامي ٢٠٠٤ و٢٠٠٦.

ثانيا : الحروب

ا-: الغزو الأمريكي للعراق ٢٠٠٣:

علي الرغم من تزايد التوتر العالمي في مطلع ٢٠٠٣ بسبب اندلاع الحرب في العراق والتي انتهت بسقوط بغداد في ٩ ابريل ٢٠٠٣ في أيدي القوات الأمريكية، إلا أن الانخفاض في عدد السائحين لم يكن إلا من نصيب المقاصد الأقرب للعراق خاصة خلال شهر الحرب والشهر التالي لها في الأردن، ومصر حيث انخفض أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلي مصر بنسبة -٢٢.٦ % في مارس ٢٠٠٣، و ١٥.٣% في شهر ابريل واستمر حتى يونيو ثم بدأت تتعافي في يوليو، أما في الأردن فقد كان معدل الانخفاض حوالي -١٣.٨% في مارس، و-٢٤.٧ % في ابريل[٢]، وعلي الرغم من ذلك فان الأعداد الإجمالية للسائحين الدوليين خلال عام ٢٠٠٣ لم تتأثر في الأردن إلا بنحو -١.٣ %.[*]

وقد نتج عن الاحتلال الأمريكي للعراق تفشي ظواهر القتل والتفجير والاغتيال بين فئات المجتمع العراقي المختلفة عرقيا ودينيا، ومع التركيز الإعلامي علي ذلك يتولد لدي السائحين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها.[٣]

١- المختطفون كانوا خمسة ألمان وخمسة ايطاليين وروماني واحد، أما المصريون فهم أربعة، بينهم أحد أفرا د حرس الحدود.

٢- جليلة حسين، " الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها علي السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق ، ص٢٣٣.

* راجع الفصل الثاني.

٣- مرصد الإرهاب، "تقرير يكشف كارثة بشرية بمقتل الآلاف وهجرة الملايين من العراقيين وتفشي الاغتيال الطائفي"، (www.alerhab.net), accessed: : Aug, 2010.

ب- حرب لبنان الثانية ٢٠٠٦ (حرب تموز):

في سبتمبر ٢٠٠٦ حدثت حرب لبنان الثانية ضد إسرائيل(*) والتي استمرت لمدة ٣٤ يوما في مناطق مختلفة من لبنان خاصة المناطق الجنوبية و الشرقية و في العاصمة بيروت.

وقد تأثرت السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط حيث انخفض معدل النمو السياحي من ١٠.٧% عام ٢٠٠٥ إلي ٤.٣ % عام ٢٠٠٦ .

أما في لبنان فقد ظهر تاثير الحدث عام ٢٠٠٧ حيث كان معدل النمو سالبا يقدر بحوالي -٩ %، ولا يمكن تناسي الانخفاض الحادث في معدل نمو السياحة الدولية في لبنان عام ٢٠٠٥ علي اثر اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري بحوالي -١٥.٤% بالمقارنة بعام ٢٠٠٤ حيث كان عدد السائحين عام ٢٠٠٤ مقدرا بحوالي ١.٣ مليون سائح وأصبح ١.١مليون سائح عام ٢٠٠٥.(**)

كما انخفض معدل النمو السياحي في مصر عام ٢٠٠٦ بنسبة ٤.٩%، وذلك مقارنة بعامي ٢٠٠٥ ، ٢٠٠٤حيث كان معدل النمو مقدرا بحوالي ٦.٥%، ٣٥% علي الترتيب.

اما بالنسبة للاردن فقد اشارت البيانات الي زيادة اعداد السائحين الدوليين الوافدين اليها عام ٢٠٠٦ بنسبة ٨% نتيجة للاثر التحويلي للسياحة الوافدة من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية[1].

---

* استهدفت إسرائيل في هذه الحرب تدمير حزب الله و نزع سلاحه وتحرير الأسري الجنود الإسرائيليين لدي حزب الله بعد رفض أي تبادل مع حزب الله، وقد انتهت بفشل إسرائيل في تحرير الأسري ونزع سلاح حزب الله وذلك أمام المقاومة اللبنانية .

** راجع الفصل الثاني، كما تم حساب النسب المشار إليها بمعرفة الباحثة.

1- TTI, **Country Reports, Jordan, November 2007**, p. 18.

وراجع ايضا الفصل الثاني.

ثالثا توتر العلاقات بين الدول العربية الإسلامية :

وهناك أمثلة كثيرة لهذه التوترات من أهمها:

ا – التوتر الذي يشوب **العلاقات السورية اللبنانية** (*)منذ قيام دولة لبنان وحتى حادثة اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري.

ب– الخلافات الحدودية و اثارها الممتدة علي العلاقات بين كل من **اليمن والسعودية، ومصر والسودان**،(**) وبعض الخلافات الفكرية بين **سوريا والعراق**.(***)

ج– توتر **العلاقات السورية المصرية**(****) بشان بعض خلافات الرأي في التعامل مع بعض قضايا المنطقة.

---

* كانت سوريا تعتبر لبنان احدي ولاياتها و امتدادا جغرافيا طبيعيا لها ونافذة علي البحر المتوسط لذا و منذ استقلال سوريا ولبنان عن الاحتلال الفرنسي و قيام لبنان تحاول سوريا جاهدة ألا تقع لبنان في أيدي معادية لسوريا بما يحافظ علي أمنها و قد استطاعت سوريا رغم علاقات المد و الجزر سياسيا بين الدولتين توطيد امن لبنان علي اثر الحرب الأهلية و تم توقيع معاهدة صداقة وتعاون سياسي اقتصادي و امني في عام ٢٠٠٥ سحبت سوريا قواتها من لبنان بضغوط دولية ، و تصاعد التوتر ثانية نتيجة اتهام لبنان سوريا بالتورط في مقتل رفيق الحريري رئيس الوزراء اللبناني الأسبق و منذ الاستقلال لم تكن هناك علاقات دبلوماسية علي مستوي سفارة بين سوريا و لبنان حني قام بإعادتها الرئيس بشار الأسد ، لمزيد من المعلومات.

** هذه الخلافات المصرية السودانية بشان مثلث حلايب و شلاتين بخلاف اتهام السودان بالتورط في محاولة اغتيال الرئيس السابق لمصر حسني مبارك ١٩٩٥.

*** كان سبب الخلاف قد نشا بشان قيادة حزب البعث و انحراف حزب البعث العراقي عن أهداف و ممارسات البعث السوري هذا بخلاف ما توجهه العراق لسوريا حاليا من اتهامات بشان تمرير الإرهابيين إليها و رعاية العراقيين منهم بدعم من إيران.

**** نتجت هذه الخلافات قد نشأت نتيجة بعض المحاولات الإعلامية السورية لتقزيم الدور المصري في حل الخلافات الفلسطينية هذا بخلاف عدم توحد المواقف بشان لبنان ، و كذلك ما يشوب علاقة سوريا بإيران من عدم تحقيق توازن بينها و بين خدمة مصالح الأمن القومي العربي عموما و مصر علي وجه الخصوص.

د- ويعد **الصراع العربي الإسرائيلي** أهم بؤر التوتر في منطقة الشرق الأوسط نظرا لاستمراره منذ نزوح اليهود إلي الأراضي الفلسطينية عام ١٩٤٨ وحتى الآن، حيث ينشا عنه باستمرار بصورة مباشرة أو غير مباشرة أعمال إرهابية تودي بأرواح المواطنين الأبرياء، أو رعايا بعض الدول، وهذا الصراع بالتحديد يؤثر علي صورة منطقة الشرق الأوسط كلها في أذهان السائحين، لذا تؤكد دراسة hazbun ٢٠٠٣ [١] ان نهاية هذا الصراع سوف يؤثر علي هيكل الطلب السياحي الدولي لصالح المنطقة من كل من أمريكا الشمالية، وأوروبا لأنه يضمن الاستقرار السياسي للمنطقة ككل.

ومما لا شك فيه فان وجود مثل هذه الخلافات سوف يعوق أي صور من صور التعاون الاقتصادي عموما، والتعاون في تنمية السياحة الدولية، والبينية علي وجه الخصوص[*]؛ خاصة في ظل وجود إسرائيل في موقع يفصل دول المشرق العربي عن دول المغرب العربي بما يعوق التواصل الجغرافي للمنطقة[٢].

رابعا : مشكلات الصراعات الطائفية والعرقية وعدم الاستقرار الداخلي :

تؤثر الصراعات الطائفية والعرقية التي تنشب داخل بعض الدول العربية الإسلامية علي حركة السياحة الدولية حيث يؤدي شعور بعض الجماعات بالتهميش إلي انخراطها في أعمال العنف، أو محاولتها الانفصال عن الدولة، وتكمن خطورة هذا النوع من الصراعات في كونه ينتقل بسهولة إلي الدول المجاورة عندما تحاول بعض الجماعات إظهار التأييد لطوائفها في الدول الاخري مما يؤدي إلي سيادة عدم الاستقرار في المنطقة بأسرها[٣]. **ومن أهم هذه الصراعات:**

1- Hazbun, W., "A New Agenda for Development in The Arab World", paper prepared for " The New Arab World in the 21 th century " conference League of Arab States , Cairo, Egypt, March 2003, pp. 14- 15

* سوف يتم تناول معوقات التعاون بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

٢- محمد لبيب شقير، **الوحدة الاقتصادية العربية : تجاربها و توقعاتها** ، الجزء الثاني،بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٦، ص ٨٧٨.

٣- راجع :

- نيفين مسعد، " النزاعات الدينية والمذهبية والعرقية الاثنية في الوطن العربي، *المستقبل العربي*، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩،ص ص ٦٣-٧٦.
- عدنان الهياجنة، الصراعات الداخلية في العالم العربي : رؤية مستقبلية http://www.aljazeera.net , accessed : Aug, 2010.
- محمد بن علي كومان ، مرجع سابق ، ص ١٦٦.

أ – **مشكلات عدم الاستقرار السياسي في السودان**: وهذه المشكلات ناتجة عن كل من **مشكلة إقليم دارفور**(*)، و**مشكلة جنوب السودان وحتى قيام دولة جنوب السودان أغسطس ٢٠١١**(**)، وقد ادت هذه المشكلات الي ضعف نصيب السودان من اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي منطقة شمال افريقية بما لا يتعدي ٣ % وبما يعادل ٤٢٠ ألف سائح وذلك وفقا لبيانات ٢٠٠٩ [١]، مما يؤدي بالضرورة إلي انخفاض عوائد السياحة الدولية ومحدودية آثارها الاقتصادية، وحرمان الاقتصاد القومي من احد أهم مصادر دخله.

ب– **مشكلة أكراد العراق**: وقد ازدادت حدتها منذ سقوط العراق في أيدي القوات الأمريكية ٢٠٠٤ والتي أدت إلي النزاع الطائفي المستمر، وكذلك **المشكلات الطائفية في لبنان**(***)، والتي لا تزال حتى بعد انتهاء الحرب الأهلية (١٩٧٥ – ١٩٩١) منبع بعض الأزمات وأحداث العنف من آن لآخر، وقد أدي ذلك الي إضفاء صورة سلبية تتسم بعدم الاستقرارعلي لبنان كمقصد سياحي.

---

* يعتبر إقليم دارفور احد اكبر أقاليم السودان و هو يقع غرب السودان حيث تبلغ مساحته أكثر من نصف مليون كم٢ و يسكنه حوالي ٦ ملايين نسمة وقد ظهرت فيه دعوات الانفصال عن السودان في السبعينات حتى وصل الأمر إلي المحاولات العسكرية عام ٢٠٠٣.

** كانت مشكلة جنوب السودان من أكثر المشاكل الإقليمية تعقيدا في العالم العربي الإسلامي وقد تفجرت عام ١٩٥٥ حيث أدت الحرب الأهلية بين الشمال العربي المسلم ، و الجنوب الإفريقي المسيحي إلي عدم الاستقرار السياسي مما اثر سلبا علي سياسة الدولة الخارجية و الداخلية و ظل الصراع قائما حتى تم توقيع اتفاق السلام الشامل ٢٠٠٥و الذي أعطي الجنوب حق تقرير مصيره، رغم ذلك فقد ظل التوتر مستمرا نتيجة عدم الثقة وبعض النزاع علي الحدود خاصة مع وجود غالبية حقول النفط في الجنوب حتى تم قيام دولة جنوب السودان فى أغسطس ٢٠١١.

1- UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights 2010 edition** , p.9

*** كان الصراع بين السنة و الشيعة جزء من أجزاء مشهد الحرب اللبنانية بينما كان هناك صراع بين المسيحيين و المسلمين من جهة أخري (الدروز والشيعة والمارونية والسنية)، لمزيد من المعلومات راجع : عدنان الهياجنة، مرجع سابق.

ج- التوترات التي تشهدها **علاقة المسلمين والأقباط في مصر:**

تسهم وسائل الإعلام الغربية الأمريكية والأوروبية في إظهار صورة سلبية عن مصر كمقصد سياحي يتسم بعدم الاستقرارنتيجة مثل هذه الحوادث، وكان اخرها احداث ماسبيرو اكتوبر ٢٠١١(*)

د- مشكلات الشيعة في البحرين، وصراع قبائل ظفار مع نظام الحكم في سلطنة عمان.

هـ-التوتر الأمني الناجم عن النزاع الطائفي بين السنة والشيعة في اليمن[١]:

تعتبر الولايات المتحدة اليمن احد بؤر الإرهاب في المنطقة عندما أدرجتها ضمن قائمة دول الشر في العالم بعد أحـداث ١١ سـبتمبر أدي وبلا شك إلي الإساءة إلي صورتها السياحية وبالتالي ضعف نصيبها مـن الحركة السياحية الدولية الوافدة إلي منطقة الشرق الأوسط حيث لا يتعدي نصيبها من الحركة السياحية الوافدة إلي المنطقة ٠.٨% بما يساوي ٤٣٤ ألف سائح وذلك وفقا لبيانات ٢٠٠٩[٢].

و- تعاقب الثورات العربية منذ نهايات عام ٢٠١٠

قامت ثورة الشعب في تونس والتي اسقطت نظام زين العابدين بن علي ١٤يناير(**)٢٠١١ ثم اعقبتها ثورة ٢٥ يناير٢٠١١ في مصر ثم ثورة اليمن ٣ فبراير، و ثورة ١٧ فبراير في ليبيا وفي شهر مارس في سوريا ومجموعة من الاحتجاجات الشعبية في البحرين في شهر فبراير، والمملكة العربية السعودية في مارس وذلك خلال فترة لاتزيد عن ثلاثة اشهر.

---

*أحداث ماسبيرو أو مذبحة وتعرف أيضًا باسم أحداث الأحد الدامي أو الأحد الأسود عبارة عن تظاهرة انطلقت من شبرا باتجاه مبنى الإذاعة والتلفزيون بماسبيرو" ضمن فعاليات يوم الغضب القبطي، ردًا على قيام سكان من قرية المريناب بمحافظة أسوان بهدم كنيسة قالوا أنها غير مرخصة، وتصريحات لمحافظ أسوان اعتبرت مسيئة بحق الأقباط وتحولت إلى مواجهات بين المتظاهرين وقوات من الشرطة العسكرية والأمن المركزي، وأفضت إلى مقتل بين ٢٤ إلى ٣٥ شخصًا أغلبهم من الأقباط.

١- عدنان الهياجنة ، مرجع سابق.

2- UNWTO, , **UNWTO Tourism Highlights 2010 edition**, Op.cit.p.9.

** لمزيد من المعلومات :

Wikipedia.org.

ووفقا للبيانات الصادرة عن الجهــاز المركــزي للتعبئــة العامــة والاحصاء فقد انخفض اجمالي عدد السائحين الدوليين الوافدين الي مصر في مارس ٢٠١١ حوالي- ٦٠% بالمقارنة بنفس الشهر عام ٢٠١٠ حيث بلــغ عدد السائحين ١٣٣٨٩٩١ سائح ثم انخفض الي ٥٣٥١١١ سائح كذلك بلــغ معدل الانخفاض فى أبريل ٢٠١١ حوالي -٣٥.٧% حيــث وصــل عــدد السائحين الي ٨٠٠٤٥٨ سائح بينما كان عددهم في نفس الشهر مــن عــام ٢٠١٠ حوالي ١٢٤٤١٠١ سائح ، أما في مايو ٢٠١١ فقد بلغ ٤٠.٨عددهم حوالي ٧٠٨٧٨٤ سائح بعد ان كــان عــددهم فــي مــايو ٢٠١٠ حــوالي ١١٩٨٠١٤ سائح بمعدل انخفاض حوالي ٤٠.٨%اما في يونيو ٢٠١١ فقــد بلغ عددهم ٧٣١٦٠١ سائح بمعدل انخفاض -٢٨.٩% حيث كان عددهم في نفس الشهر من عام ٢٠١٠ حوالي ١٠٢٩٢٨٢ سائح [١]، جدير بالــذكر ان منظمة السياحة العالمية UNWTO قد قررت الاحتفال بيوم السياحة العالمي ٢٠١١ في اسوان تقديرا لثورة ٢٥ يناير وما أحدثته من تأثير كبير في العالم ومعبره عن تطلعات الشعوب في الحرية والديمقراطية والسلام والرخاء ممــا قد يسهم في تنشيط الحركة السياحية التي اضيرت جراء الاحداث .

ولاشك ان ايا من هذه الاضطرابات لا يقتصر اثره علي حركــة السياحة الدولية الوافدة او تدفق الاستثمارات الاجنبية في الدولــة محــل الاضطراب، وانما يمتد الي المنطقة كلها بما في ذلك الدول غير المتاثرة بشكل مباشر بالاحداث؛ خاصة وان السائحين ينظرون الي دول منطقــة الشرق الاوسط وشمال افريقيــة ككــل ويعــرف ذلــك بــاثر الجــوار neighborhood effect.[٢]

١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء ، **أهم مؤشرات السياحة :**
http://www.capmas.gov.eg/pages_ar.aspx?pageid=1316, accessed: Oct., 2011.

2- Steiner, V., Op.cit, p. 729.

خامسا: العلاقات السياسية الخارجية:

تؤثر طبيعة العلاقات السياسية بين الدول العربية الإسلامية، وغيرها من دول العالم علي تدفق السائحين الوافدين إليها من هذه الدول و العكس صحيح؛ حيث إن العلاقات السياسية الجيدة بين دولتين تؤدي بلا شك إلي انسياب الحركة السياحية بينهما[١].

فعلي سبيل المثال فان العلاقة المتوترة بين الولايات المتحدة الأمريكية، وسوريا يحيطها كثير من الالتباسات؛ حيث تتصدر سوريا القائمة للدول الداعمة للإرهاب لدي الولايات المتحدة الأمريكية، لذا فانه من الملاحظ ضالة نصيب سوريا من السياحة الوافدة إليها من الولايات المتحدة الأمريكية التي لا تتعدي ١.٣% فقط من حجم السياحة الدولية الوافدة إلي سوريا وفقا لإحصاءات ٢٠٠٩[٢].

من ناحية أخري فإن العلاقات والروابط السياسية بين كل من مصر، والمغرب، وتونس، ودول السوق الأوروبية، له أثره علي زيادة اعداد السائحين الأوروبيين الوافدين الي هذه المقاصد، ويمكن الاستدلال علي ذلك من زيادة نسبة مساهمة السياحة الأوروبية إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة إليها حيث تمثل وفقا لإحصاءات عام ٢٠١٠حوالي ٧٦% في مصر بزيادة تقدر بحوالي ١٨.٧% عن عام ٢٠٠٩[٣]، كما تمثل وفقا لاحصاءات وزارة السياحة المغربية حوالي ٤٥.٤% من حجم السياحة الدولية الوافدة الي المغرب وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩[٤]، ٥٤.٢ % من اجمالي السياحة الوافدة الي تونس عام٢٠٠٩بينما كانت قد بلغت حوالي ٦٠% عام ٢٠٠٧، ٥٨.٣% عام ٢٠٠٨[٥]

١- صلاح عبد الوهاب، **التسويق السياحي القـومي و التجـاري**، مرجـع سـابق، ص ٢٤٨.

٢- وزارة السياحة السورية ، مرجع سابق.

٣- وزارة السياحة المصرية ، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠ ، مرجع سابق.
(http://www.tourism.gov.eg), accessed, Mar. 2010.

٤- وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح إلى نقط الحدود مرجـع سابق.

٥- وزارة السياحة التونسية :

Le tourisme tunisien en chiffres, 2009,
http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf,accessed :June,2011

وكذلك فان العلاقات السياسية الخارجية المتوترة لليبيا بالدول الغربية خاصة مع تداعيات قضية لوكيربي ١٩٨٨(*) أدت إلي انخفاض نصيبها من الحركة السياحية الدولية إلي ١٠٦ ألف سائح و ذلك وفقا لتقديرات عام ٢٠٠٧(١)، بخلاف عدم استجابة حكومة القذافي لنداءات المجتمع الدولي بترك السلطة اثر احداث ثورة فبراير ٢٠١١.

---

* في ٢١ ديسمبر ١٩٨٨ انفجرت في المجال الجوي للمملكة المتحدة طائرة "بان أمريكان" في رحلتها رقم ١٠٣ وتحطمت فوق قرية لوكربي في اسكتلندا وأودى الحادث بحياة ٢٧٠ من جنسيات مختلفة. وفي حطام الطائرة وجد المحققون شظايا قليلة من قنبلة لوحظ في إحداها وجود أثر ملتو يقود إلى أجهزة المخابرات السرية الليبية مما أدي إلي توتر علاقة ليبيا بكل من المملكة المتحدة ، و الولايات المتحدة.

١- جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات، **الدول العربية في أرقام و مؤشرات، العدد الأول**، ٢٠٠٨، ص. ٧٧

الخلاصة:

تناول الفصل الثالث **اثر العوامل السياسية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، وذلك** حتى يتسنى تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها لتقليل آثار مثل هذه العوامل علي السياحة الدولية والبينية.

ومن اجل تحقيق هذا الهدف فقد تناول الفصل **أولا: تحليل اثر العوامل السياسية علي اتخاذ قرار السفر** بالتركيز علي الحروب والأحداث الإرهابية.

حيث تبين أن **السياحة الدولية تتسم بالحساسية** تجاه أحداث العنف السياسي نظرا لان السائح يهتم بمدي توافر الأمن والأمان في المقصد السياحي الذي يرغب في زيارته مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر، **حيث اتضح ان وجود حرب داخل المقصد المراد زيارته** من السائح المحتمل تعد احد عوامل الدفع للسائحين Push factors مما **يؤدي إلي إحجامه عن زيارة المقصد**، وربما عن زيارة **منطقة بأكملها.**

تبين أيضا أن **الأحداث الإرهابية لها** تأثير كبير علي اتخاذ قرار السفر حيث **يستهدف** الإرهابيون بصورة رئيسية **خلق حالة نفسية من الخوف وعدم الشعور بالأمان لدي السائحين** من اجل **كسب مزايا سياسية علي حساب الحكومة** لذا يعتبر السائحون بالنسبة للإرهابيين هدفا أكثر تفضيلا من السكان المحليين.

اتضح أيضا دور **الإعلام** بوسائله المختلفة **في رسم صورة المقصد** أو تغييرها **من خلال نشر أخبار الأحداث السياسية علي المستوي الدولي** سواء **أكانت حروبا أو أحداثا إرهابية، خاصة أن الأسلوب الذي يتم به عرض الحدث** و تشخيصه(في التليفزيون والانترنت) **يظل حيا بشكل خاص في ذهن السائحين المحتملين** الذين يعتمدون علي الصورة الذهنية للمقصد في اتخاذ قرار السفر، مما قد يؤدي إلي شطبه من قائمة الاختيارات مهما كانت جاذبيته، بحثا عن مقصد أكثر أمنا.

ونتيجة لتأثير الأحداث السياسية علي قرار السفر **يحدث انخفاض في حجم التدفق السياحي** والذي تختلف حدته وفقا لعدة عناصر: **خطورة**

الحدث، مكان الحدث، معدل تكرار الأحداث، مدي **تأثر صـــورة المقصـــد بالأحداث.**

بعدها تم رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠- ٢٠١١)، وقد تم التعرض لأهمها وأقواها تأثيرا علي السياحة الدولية وهي:

أولا: الأحداث الإرهابية:

أ- أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١: والتي كانت من أقوي الأحداث السياسية تأثيرا علي السياحة الدولية وذلك لعدة أسباب وهي: **(أ) طبيعة الحدث نفسه** (ب) **تفرد الحادثة في تأثيرها** علي السياحة الدولية بأسرها **(ج) تركيز التحليل الإعلامي** لخبراء السفر **علي خطورة الحدث علي السياحة الدولية مما أدي إلي التأثير علي قرار السفر** ولكن **بصورة متفاوتة تنوعت بين:**

(١) **إلغاء الرحلات السياحية إلي منطقة الشرق الأوسط** خاصة الوافدة من الأماكن البعيدة.

(٢) **تحويل اتجاه الرحلات السياحية إلي سياحة داخلية أو مناطق سياحية أكثر قربا أو أكثر أمانا** وقد تبين أن تأثير الحادثة في اتجاهات، وحجم الطلب السياحي مؤقتة إلا أن هذه الحادثة قد تركت أثرا علي الأجل الطويل وهو الرغبة الملحة للسائحين في طلب الأمن من المقاصد السياحية.

(٣) إقبال السائحين **من الدول العربية الإسلامية علي السياحة البينية**

ب - تم إلقاء الضوء أيضا علي اثر بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب علي السياحة الدولية في بعض الدول العربية الإسلامية :خلال العقد الماضي مثل تفجير كنيس غريبة اليهودي بجزيرة جربه بتونس ١١ ابريل ٢٠٠٢، وتفجيرات الدار البيضاء ٢٠٠٣، وتفجيرات عمان ٩ نوفمبر ٢٠٠٥، بالإضافة إلي تفجيرات سيناء٢٠٠٤، ٢٠٠٥، وتفجيرات الحسين، والمتحف المصري، وقد انعكس تأثيرها إما علي الصورة السياحية للمقاصد، أو علي انخفاض في عدد السائحين الدوليين الوافدين.

ثانيا: الحروب:

تم تناول اثر الغزو الأمريكي للعراق ٢٠٠٣والتي انتهت بسقوط بغداد في ٩ ابريل ٢٠٠٣ في أيدي القوات الأمريكية، وقد تبين أن الانخفاض في عدد السائحين لم يكن إلا من نصيب المقاصد الأقرب للعراق خاصة خلال شهر الحرب والشهر التالي لها في الأردن، ومصر.

وقد نتج عن الاحتلال الأمريكي للعراق تفشي ظواهر القتل والتفجير والاغتيال بين فئات المجتمع العراقي المختلفة عرقيا ودينيا، ومع التركيز الإعلامي علي ذلك يتولد لدي السائحين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها.

بعد ذلك تم التعرض لحرب لبنان الثانية ٢٠٠٦ وتبين أن لها أثرها علي السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط، و لبنان ومصر.

ثالثا: تم بعد ذلك تناول بعض التوترات في العلاقات بين الدول العربية الإسلامية:

مثل التوتر الذي يشوب **العلاقات السورية اللبنانية** منذ قيام دولة لبنان وحتى حادثة اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري، والخلافات الحدودية بين كل من **اليمن والسعودية، ومصر والسودان،** وبعض الخلافات الفكرية بين **سوريا والعراق، العلاقات السورية المصرية** بشان بعض خلافات الرأي في التعامل مع بعض قضايا المنطقة، بالإضافة إلي **الصراع العربي الإسرائيلي** ، و قد تمت الإشارة إلي أن وجود مثل هذه الخلافات يسهم بلا شك في الحيلولة دون القيام أو التوسع أو الإسراع فى التعاون في تنمية السياحة الدولية والبينية.

رابعا: تم إلقاء الضوء بعد ذلك علي بعض مشكلات الصراعات الطائفية والعرقية:

التي تنشب داخل بعض الدول العربية الإسلامية والتي تؤدي إلي سيادة عدم الاستقرار في المنطقة بأسرها مما يؤثر علي حركة السياحة الدولية. **و من أهم هذه الصراعات:**

مشكلات عدم الاستقرار السياسي في السودان، والتوتر الأمني الناجم عن **النزاع الطائفي بين السنة والشيعة في اليمن** والتي أدت إلي ضالة نصيب كل منهما من الحركة السياحية الدولية إلي كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال افريقية، **مشكلة أكراد العراق، المشكلات الطائفية**

في لبنان، التوترات التي تشهدها **علاقة المسلمين والأقباط في مصر** واخيرا احداث **الثورات المتعاقبة** في الدول العربية الاسلامية ٢٠١١، وكل هذه الأحداث قد تستغلها وسائل الإعلام الغربية الأمريكية والأوروبية في إظهار صورة سلبية للمقصد السياحي.

خامسا: وأخيرا تبين أن طبيعة العلاقات السياسية بين الدول العربية الإسلامية، وغيرها من دول العالم تؤثر علي تدفق السائحين الوافدين إليها من هذه الدول سلبا و إيجاباً.

الفصـــل الــرابـــع

تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية

الفصل الرابع

تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية

مقدمة:

لكل مجتمع ثقافتُه، ولكل ثقافة مميزاتها وخصائصها انطلاقا من التباين الذي تتسم به الثقافة والذي يمنحها جاذبية الاختلاف، الا انه **من الممكن ان تتلاقي بعض المجتمعات** في عناصر معينة يطلق عليها **عموميات الثقافة** ومنها اللغة والدين.[1] **وتشترك الدول العربية الاسلامية** في بعض **الخصائص الثقافية العامة** التي ميزتها عن غيرها عبر فترة طويلة من الزمن، **وحققت لها نوعا من الوحدة الثقافية** انطلاقا من وجودها معا في منطقة جغرافية محددة[2] (منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية) وهي **اللغة العربية، والدين الإسلامي.**[3]

لذا يتناول الفصل **تحليل تاثير اللغة العربية والدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية**، خاصة ان اللغة تعد من أهم وسائل الاتصال الثقافي، والمعرفي بين السائح والمضيف **كما انه من الضروري التعرف علي تاثيرالدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية انطلاقا مما يواجه الاسلام من صورة سلبية، وكذلك مما يتسم به الاسلام من ارتباط بالحياة اليومية لمعتنقيه من السكان المحليين للمقاصد العربية الاسلامية.**

١- محمد يسري دعبس، **السياحة و المجتمع : دراسات و بحوث في انثروبولوجيا السياحة**، الاسكندرية : الملتقي المصري للابداع و التنمية، ٢٠٠٩،ص. ص. ٦٩٧، ٧١٠.

٢- ايكه هولتكرانس، **قاموس مصطلحات الاثنولوجيا والفلكلور**، ترجمة محمد الجوهري، حسن الشامي، الطبعة الثانية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٩، ص ص ٩٧، ٣٢٩ .

٣- عبد العزيز بن عثمان التويجري، **"الثقافة العربية و الثقافات الأخرى "، ندوة الثقافة العربية والثقافات الأخرى، المهرجان الوطني للتراث والثقافة، المملكة العربية السعودية، الرياض ٤- ١٩ مارس ١٩٩٨ :**
http://www.arabyouth.info/IMG/cultureAR.pdf, accessed: Sep. 2010.

واذا كانت السياحة الدولية تعد قوة للترويج للسلام، والتفاهم الثقافي والمعرفي بين الناس، فهي تمثل ايضا احد اليات العولمة وبالتالي فهي تحمل عددا من الايجابيات والسلبيات والتي تنعكس بالضروزة علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية كمقاصد سياحية.

تمهيد:

يسعي هذا الفصل الي **تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية؛ حيث يمثل ذلك نقطة بداية** من اجل استثمار الفرص، وتجنب التحديات التي تحملها العوامل الثقافية في تنمية السياحة الدولية والبينية في الدول العربية الاسلامية، **ومن ناحية اخري تقديم فرصة لهذه الدول للاستفادة من النشاط السياحي وتقليل اثاره السلبية في الحفاظ علي هويتها كمقاصد سياحية لذا** يتناول ما يلي:

أولاً: تحليل تاثير اللغة والدين كعموميات ثقافية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية وتشمل:

أ- **تاثير اللغة العربية** علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.

ب- **تاثير الدين الاسلامي** علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية حيث يتم في البداية التعرف علي **محددات هذا التاثير** وتشمل:

اولا: الصورة السلبية للاسلام، وتحليل اسبابها، واثرها علي السياحة الدولية في هذه المقاصد.

ثانيا:ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين، ويتم التعرض هنا **لمظاهر تاثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلاميةو تشمل:**

١- **تاثير الصورة السلبية للاسلام علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:**

٢- **صور تاثير ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية و تتضمن:**

- تاثير الاسلام علي قبول مجتمعات المقاصد_انماط التتمية السياحية

- تاثير الاسلام علي انشطة السائح المسلم:
- تاثير الاسلام علي العلاقة بين السائح و المضيف
- دور الدين الاسلامي في النشاط السياحي

ثانياً: أثر السياحة الدولية على الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل العولمة.

اولا: تحليل تاثير اللغة والدين كعموميات ثقافية على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

يعرف الانثروبولوجي Taylor **الثقافة** علي انها :**"كل مركب من المعارف، والمعتقدات، والفنون، والقوانين الروحية، والعادات، والتقاليد المرتبطة بالفرد كعضو في المجتمع** [1]؛ وعليه تشتمل الثقافة علي مجموعة من العناصر المادية والروحية التي تميز جماعة اجتماعية معينة. الا انه **من الممكن ان تتلاقي بعض المجتمعات** في عناصر ثقافية معينة يطلق عليها **عموميات الثقافة، وهي المسئول الاول عن تحقيق نوع من الوحدة الثقافية لهذه المجتمعات** انطلاقا من وجودها معا في منطقة جغرافية محددة.

وتعد اللغة، والدين اهم **عموميات الثقافة** التي تشترك فيها المجتمعات وتحقق لها نوعا من الوحدة الثقافية[2].، و في نفس الوقت فان هذين العاملين تحديدا **يعدان اساسا لادراك السائح للفارق الثقافي بين ثقافته، و ثقافة المقصد المراد زيارته** وذلك وفقا لدراسة Clark & Paugh 2001 [3].

وقد حاولت عدد من الدراسات السياحية بحث **تاثير الفارق الثقافي Cultural distance في هذين العنصرين علي اتخاذ قرار السفر**، ويقصد بالفارق الثقافي مدي التشابه، او الاختلاف الثقافي بين عناصر ثقافة السائح، وعناصر ثقافة المقصد المحتمل زيارته و منها دراسة كل من Jackson, 2001, Jackson, white & Schmierer 2000 [4]، وقد اشارت دراسة Lawson & Thyne 2001 الي ان اختلاف عناصر الثقافة كانَ احد

1- Burns, P. & Holden, A., **Tourism: A new perspective**, London: Prentice Hall, 1995, p. 113.

٢- ايكه هولتكرانس، مرجع سابق، ص ٣٢٩.

3- Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., op.cit, P.1499.

4- ibid.

اهم اسباب الاحجام عن زيارة المقصد.[1] وفيما يلي يتم تناول اثر كلا **العنصرين علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:**

ا- تأثير اللغة العربية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

تمثل **اللغة اهم وسائل الاتصال الثقافي والمعرفي** التي تحمل نسق العادات و التقاليد والقيم الموروثة **وتميز المجتمعات**؛ لذا فهي تعد نوعا من انواع التراث الثقافي والاجتماعي[2].

وقد تناولت عدد من الدراسات السياحية **العلاقة بين اللغة والاتصال الثقافي** المتبادل بين السائح والمضيف؛ حيث أشارت كل من دراسة cohen, 2004, Edgell & Haenisçh 95, Gmelch , 97 , Kim 2004 إلي أن **اختلاف اللغة بين السائح والمضيف تعد غالبا من عوائق هذا الاتصال**، وكلما انخفض مستوي معرفة السائح باللغة كلما كان هذا الاتصال في اقل مستوياته، مما يؤدي إلي عدم تمكين السائح من التعرف علي ثقافة المقصد أو التعامل مع السكان المحليين وبالتالي عدم الوصول إلي تجربة أصيلة[3] (*) وقد اوضح oppermann & Weaver ان الكثير من السائحين يشعرون بعدم الراحة و الامان في التواؤم مع المقاصد التي يتم التحدث فيها بلغة غير مالوفة لهم، او بها من السلوكيات الاجتماعية ما يخالف سلوكياتهم وبالتالي فانهم يفضلون زيارة المقاصد التي تتشابه معهم ثقافيا.[4]

1- Lawson, R. & Thyne, M., "Destination avoidance and inept destination sets", ***Journal of Vacation Marketing,*** Vol. 7, No.3, , 2001 , P. 199.

٢- عبد الله محمد عبد الرحمن، **مقدمة في علم الاجتماع**، دمنهور : مطبعة البحيرة، ٢٠٠٧، ص ٢٠٤.

3- Cross, C.M., Backman, K.F. & Baldwin, E.D., "The Effect of the Language Barrier on Intercultural Communication: A Case Study of Educational Travel in Italy", ***Journal of Teaching in Travel & Tourism***, Vol. 9, 2009, P. 104

* أشار احد المبحوثين من خلال الدراسة السابقة إلي أن اكبر عائقين بالنسبة لــه لزيارة ايطاليا هما المحيط الأطلنطي، واللغة الايطالية، أي المسافة الجغرافيــة وعائق اللغة.

4- Weaver, D. & Oppermann, M., **Tourism Management**, Op.cit , p. 104.

بناء علي ذلك فان كثيرا من السائحين قد يحجمون عـن زيـارة مقصد بعينه لمجرد وجود **عائق اللغـة** Language barrier؛ حيـث أشار إلي ذلك عدد من الباحثين مـنهم .Lawson, R. & Thyne, M 2001 عندما تناولا أسـباب تجنـب زيـارة المقصـد Reasons of Avoidance [1]، كما أشار كل من Lepp & Gippson 2003 إلي أن إدراك السائح لوجود مخاطرة لزيارة مقصد معين يزداد عندما يكون هناك فارق ثقافي Cultural distance يتمثل في عائق اللغة؛ لذا فان كثيرا من السائحين يميلون إلي زيارة المقاصد التي تشترك معهم في نفس اللغة.[2]

وعلي ذلك فانه في حال رغبة السائح في زيارة مقصـد معـين تختلف اللغة فيه عن لغـة السـائح فانـه **يقـوم بالاسـتعانة بقـاموس** Dictionary من اجل تعلم بعض الكلمات البسيطة مثل عبارات التحية و الشكر، أو بعض العبارات المتعلقة بالأنشطة المخطط للمشاركة فيها، كما يسعي الكثير من السائحين أثناء الرحلة إلي البحث عن شخص يجيد اللغة الانجليزية من داخل المجتمع المحلـي باعتبارهـا لغـة عالميـة [3]، **أو الاستعانة بمرشد سياحي.**

وقد تناولت عدد من الدراسات **المواصفات التي تمكن المرشد السياحي من القيام بدوره كوسيط ثقافي** [*] Cultural mediator بين

1- Lawson, R. & Thyne, M. , op.cit , P. 201.

2- Lepp, A.& Gipson, ,H , , " Tourist roles, perceived risk and international tourism ", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30 ,No.3,. 608,610.

3- http://www.ehow.com/how_4554466_overcome-language-barriers-traveling.html, accessed: Aug., 2010.

* استخدم Taftهذا المصطلح لوصف الدور الذي يقوم به المرشد السياحي كوساطة ثقافية بين السائح و المضيف go between كما استخدم عدد من الباحثين مصطلحات أخري مثلHolloway 1988 الذي استخدم مصطلح cultural broker، وYu, Weiler &Ham 2002 الذين أشاروا إلي هذا المصطلح أيضا ووصفوا المرشد بأنه cultural buffer .

السائح، والمضيف **من خلال إجادته للغة**(*) كل منهما حيث اعتبرها Yu Weiler & Ham 2002 , عاملا حاسما في الوساطة الثقافية، كما أشار Mc Donnell 2001 إلي أن المرشد يجب أن يكون لديه **عدد من المؤهلات العلمية والمعرفية** مثل الإلمام بتاريخ، وجغرافيا المقصد و بنيته الاجتماعية[1]، كما يفترضYu, Weiler & Ham 2002 أن تتوافر لدي المرشد السياحي **معرفة مكثفة بعناصر الجذب** المختلفة داخل المقصد السياحي **سواء أكانت أماكن طبيعية، أو مواقع أثرية** أوغيرها، بالإضافة إلي ضرورة أن يمتلك **معرفة قوية بثقافة المقصد والعادات والتقاليد، والقيم الدينية، وأساليب التفاعل الاجتماعي**[2]، ومن خلال إجادته للغة يستطيع أن يقدم للسائح نظرة عميقة deep insight علي المقصد، ويمده بما هو حقيقي وأصيل؛ حيث يعتبره Zhang & Chow 2004 احد الخطوط الأمامية التي تقدم للسائح حقائق عن المقصد moment of truth، لذا يري Holloway أن المعلومة التي يقدمها المرشد السياحي تؤدي إلي نقل السائح من مرحلة عدم المعرفة بقيم ومعتقدات، وعادات، وتقاليد المجتمع المحلي، وممارسات حياته اليومية إلي مرحلة المعرفة التامة

---

* عرفت International Association of Tour Managers المرشد السياحي علي انه المسئول عن تفسير التراث (طبيعي، وثقافي) بطريقة ممتعة باستخدام لغة الزائر و قد أوضح هذا التعريف مواصفات المرشد الكفء و التي لن تتضح بدون إجادته للغة، لمزيد من المعلومات، راجع:

Zhang, H.Q., & Chow, I., "Application of Importance – performance model in tour guides' performance: Avoidance from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong", ***Tourism Management***, Vol. 25, Issue 1., 2004, PP. 81-91.

1- Mc Donnell, I, "The role of the tour guide in transferring cultural understanding", working paper no. 3,2001, www.business.uts.edu.au/1st/downloads/wp03_McDonnell.pdf, accessed Aug, 2010.

2- Yu, X., Weiler, B. & Ham, S., "Intercultural communication and mediation: A frame work of analyzing the intercultural competence of Chinese tour guides ", ***Journal of Vacation Marketing***, Vol.8, No. 1, 2001, PP. 75-87.

بها - from the sphere of unknown to the sphere of well known[1]،
ولا يمكن أن يتم ذلك إلا من خلال **تمتعه بمهارات اتصالية جيدة** [2]،
وتظهر هذه المهارات من خلال العنصرين التاليين:

ا- **دوره كمقدم للمعلومة** Information giver كما يراه كل من Black in: Pastorelli ،Cohen, 1985 Holloway 1981، 2003، وذلك **بصورة ممتعة**، ومؤثرة **من خلال إجادته للغة السائح و** ذلك **بطريقة سهلة و عملية** تظهر فيها حرفية المرشد في تقديم المعلومة Hands – on information، بالإضافة إلي ما يجب أن يتمتع به من مستوي أخلاقي رفيع(*) تجعله يمثل المقصد بصورة مشرفة [3].

ب- **قدرته علي حل جميع المشكلات**[4] التي من الممكن أن يواجهها السائح أثناء الرحلة، **وتهيئة جو مريح** وممتع خالي من الضغط النفسي والتوتر؛ مما يمنحه قوة التأثير علي نفسية السائح عاطفيا، وهذا ما يطلق عليه Jennings & Weiler 2006 صناعة الإحساس Sense making[5].

1- Rabotic , B., " Tourist guides in contemporary tourism", **International Conference on Tourism and Environment, Sarajevo , March, 4-5, 2010:** http://www.belgradetours.com/THE%20ROLE%20OF%20THE%20TOURIST%20GUIDE%20IN.pdf, accessed :Jul.2010.

2- Ap, J. & Wonf, K.K.F.,, " Case study on tour guiding: professionalism , issues , problems , ", ***Tourism Management,*** Vol. 22, Issue .5, 2001, P. 551.

وراجع ايضا Yu, X., Weiler, B. & Ham, S, 2001

* أشار اتحاد سان انطونيو للمرشدين السياحيين ١٩٩٧ إلي أن المرشد السياحي لابد أن يتمتع بمستوي عالي من الأخلاقيات بخلاف مقوماته الشخصية و معارفه، لمزيد من المعلومات راجع :

Ap, J. & Wonf, K.K.F. " Op.cit

3- Ap, J. & Wonf, K.K.F., "Op.cit p. 562.

4- Rabotic, B., op.cit.

5- Ibid.

لذا فقد أكدت دراسة Zhang, H.Q. & Chow, I, 2004 علي أن **كفاءة المرشد السياحي تعتمد علي كل من القدرة اللغوية، والمهارات الاتصالية**، وذلك عندما حاولت هذه الدراسة تطبيق نموذج الأداء الأهمية Importance – Performance في تقييم أداء المرشد السياحي[1].

بناء علي ذلك فان المرشد السياحي يستطيع من خلال تمتعه بالمواصفات السابق ذكرها كسر عائق اللغة مما ينتج عنه ما يلي:

ا- **أن المرشد السياحي يمكنه أنْ يؤثر إيجابا في صورة المقصد لدي السائحين**[2]، وقد أشار لذلك كل من Rabotic 2010, Zhang & Chow 2004 **حيث يتم ذلك** من خلال **إظهاره للحقائق حول ثقافة المقصد**، **وتفسيرها تفسيرا صحيحا وصادقا**[3]؛ مما يؤدي بالسائح لإعادة فهم ثقافة المقصد أو المنطقة التي يقوم بزيارتها بصورة أكثر واقعية[4].

ب- **أن المرشد من خلال قيامه بدوره بكفاءة يعد احد المسئولين عن رضا السائح عن تجربته وذلك وفقا لدراسة**[5] Geva & Goldman 1991. Pond1993, [6] Mossberg 95, Wong, Ap, & حيث يري weiler, Ham & yu 2002 أن فهم ثقافة المضيف يعد محددا أساسيا لرضا السائح عن تجربته مما يؤدي **إلي زيادة احتمالات تكرار الزيارة**، أو جلب سائحين محتملين من خلال تأثير الكلمة المنطوقة word of mouth؛ لذا فان عدم كفاءة المرشد سوف ينعكس بالضرورة في صورة عدم تفاهم ثقافي متبادل، مما يؤدي إلي عدم تحقق رضا السائح.

ج- **أن دور المرشد لن يقتصر بذلك علي الوساطة الثقافية** Cultural Brokerage وإنما سوف **يمتد** هذا الدور **إلي الوساطة الاجتماعية**

1- Zhang, H. Q. & Chow, I.,Op.cit , P.81.

2- Ibid, p. 82.

3- Yu, X. , Weiler, B. & Ham , S.,Op.cit, P. 79

4- Mc Donnell, I ., op.cit. p. 3

5- Zhang, H.Q., & Chow, I., op.cit, p. 82.

6- Wong, K.K.F. & Ap, J., op.cit, p. 551.

Social mediation [١]؛ فكما يري Moscardo فان تفسير المرشد لثقافة السائح يؤدي إلي مد جسر التواصل بين الثقافات بما يكسر حاجز الاختلافات الثقافية، ويقلل تأثير عدم الألفة، **عن طريق إقناع السائح باحترام قيم ومعايير وأساليب تفكير المجتمع المضيف، وقبولها دونما إجبار**، بل يمكنه أيضا أن يوجه السائح إلي كيفية التصرف بأسلوب ملائم، بما يجنب السائح سوء الفهم، ويمكنه من التواصل بصورة فعالة مع أفراد ذلك المجتمع، وذلك وفقا ل Gurung et.al)[٢] حتي في قبول انواع الاطعمة ايضا[*]، وكلها عناصر ثقافية تحمل ارضا خصبة لسوء الفهم و الصراع الثقافي.

ولذلك فقد أكدت دراسة Basala & Klenosky 2001، **أن السائح يميل إلي زيارة المقصد الذي يتم التحدث فيه بلغته**[٣]؛ وعليه فان **اشتراك الدول العربية الإسلامية في لغة واحدة** يمثل احدي فرص **تشجيع السياحة البينية**؛ حيث **تعد اللغة العربية احد الثوابت التي تميز الثقافة العربية الإسلامية**؛ فبخلاف كونها **لغة القران الكريم**، فهي تمثل **لغة التخاطب والتفاهم والتعامل اليومي** والتعبير عن الإبداع الفني لمواطني هذه الدول[٤]. يفسر ذلك أيضا **اهتمام الماليزيين** من العاملين في المنشات السياحية، وممثلي الامن في الدولة **بتعلم اللغة العربية لأغراض السياحة Special Arabic**، وذلك من اجل تسهيل تعامل السائحين الوافدين من الدول العربية

1- Rabotic, op.cit.

2- Yu, X., Weiler, B. & Ham, S, op.cit, P. 79.

* اشارت دراسة Chang , R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak , H.N., 2011 الي اهمية دور المرشد السياحي في تقديم الاطعمة المحلية ودلالتها او قيمة تناولها لدي السكان المحليين و مكوناتها: لمزيد من المعلومات راجع:

Chang, R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak, H.N., "Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West", ***Tourism Management,*** 32, Issue. 2, 2011, PP. 307-316.

3- Ng , S.I, Lee,J.,A. &Soutar, G. N.,., op.cit, P. 1498.

٤- وجيه كوثراني، "في مدي تأثير العوامل الدينية والثقافية علي التوحيد القومي"، ***المستقبل العربي***، العدد ٣٦٧، سبتمبر ٢٠٠٩، ص ص ١٥٢.

الإسلامية مع المرافق المختلفة في ماليزيا؛ حيث اعتبرت اللغة العربية رمزا لعلاقة ماليزيا كمقصد سياحي مع هؤلاء السائحين مما يدعم الصورة السياحية الايجابية لها، ويمكنها من جذب المزيد من السائحين المحتملين.(١)

رغم ذلك فقد أشارت دراسة O'Leary, S., & Deegan, J. (2003)، دراسة McKercher, B., & Cros, H. D. (2003). ان الاختلاف الثقافي احيانا قد يكون دافعا لاتخاذ قرار السفر(٢)، كما اكد Cross, Backman & Baldwin 2009 **انه ليس بالضرورة أن يمثل اختلاف اللغة عائقا للتفاعل أو التبادل الثقافي، بل ربما كان دافعا لإثراء خبرة السائح(٣)**، وقد أكد ذلك من قبل McIntoch , Goeldner & Ritchie 1995، حينما أشاروا إلي أن لغة الإشارة التي يستخدمها بعض السائحين في التفاعل مع السكان المحليين كبائعي المنتجات الحرفية التذكارية في الاسواق التقليدية أثناء مساومات البيع و الشراء قد تسهم في تجربة سياحية مميزة(٤).

بـ تأثير الدين الاسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية :

تلعب المعتقدات الدينية ايضا دورا رئيسيا في الحياة اليومية للامم والشعوب(٥)، ويعرف الدين علي انه منظومة من المعتقدات، والممارسات والمراسم والتعبد، وهو اتجاه نحو العالم بحيث تسيررؤية معتنق الدين

1- Mat, A.B.C& Zakaria, A.B," The Importance of Arabic Language in Malaysian Tourism Industry: Trends during 1999-2004", ***Canadian Social Science***, Vol.5 No.4, 2009, PP. 12 – 17 cscanada.net/index.php/css/article/view/385/pdf_222, accessed: Aug , 2010.

2- Ng, S.I, Lee , J. & Soutar, G.N., op.cit, p. 1498.

3- Cross, C.M. , Backman , K.F. & Baldwin , E.D.,op.cit. p 115.

4- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Ritchie, J.RB., **Tourism Principles , Practices, Philosophies** , New York : John Wiley & Sons Inc., 1995, p, 284.

5- Doswell, R., Tourism: **How Effective Management Makes the difference**, Oxford: Butterworth Heinmann, 1997, p. p.155, 156.

للاشياء وفق هذا الاتجاه[1]. وعليه فان **للدين الاسلامي تاثيره علي كافة جوانب الحياة في الدول العربية الاسلامية، ومنها السياحة الدولية وهذا ما سيتم تناوله تفصيلا في النقطة التالية.**

- **محددات تاثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:**

اولا : الصورة السلبية للاسلام واسبابها:

تتسم صورة الاسلام في القرن الحادي والعشرين بالتطرف السياسي، والتعصب الديني، والارتباط بالعنف والارهاب، بخلاف اضطهاد المراة لدي الغرب[2]، وترجع الصورة السلبية للاسلام للاسباب التالية:

١ـ وجود بعض الحركات الاسلامية العنيفة [3]:

اكد van Koningsveld P.S. Shadid W.A.R. 2002, ان من اهم اسباب الصورة السلبية للاسلام حدوث عدد من **الهجمات الارهابية ذات الصبغة الاسلامية**[*]، وقد اشار سموك والمهدي ٢٠٠٩

1- Croatia, B.V., "Religion", in: Jafari, J., Baretje, R., & Buhalis, d., (eds), ***Encyclopedia of Tourism***, London: Routledge, 2001, p.497.

2- Morakabati, Y., "Deterrents to Tourism Development in Iran", ***International Journal of Tourism*** **Research**, Vol. 13, Issue.2, 2011, PP.103–123.

3- Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S., "The Negative Image of Islam and Muslims in the West: Causes and Solutions "In: Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S. (Eds.): (2002): ***Religious Freedom and the Neutrality of the State: The Position of Islam in the European Union*** Leuven, Peters, P. 183., www.interculturelecommunicatie.com/download/**image**.pdf, accessed : Jul., 2010

* اشار إدريس توفيق الي ان الإعلام فى الغرب يروج للدين الإسلامى على أنه دين إرهاب إذ يتم الربط مباشرة بين الإسلام وبين العمليات الإرهابية و يؤكد ذلك ما ذكرته احدى الصحف فى الغرب فى عنوان المقال الرئيسى فى صفحتها الأولى والتى كانت باللون الأسود بينما خط المقال كان مكتوبًا باللون الأبيض =

الي ان عدم قيام غالبية المسلمين - قادة وافرادا - بادانة اعمال المتطرفين يعد موافقة ضمنية علي هذه الافعال مما يزيد من الاساءة الي صورة الاسلام.[1] وقد نتج عن ذلك انه في اعقاب احداث ١١ سبتمبر ظهر **مصطلح الارهاب الاسلامي** والذي لم يميز بين الاسلام كديانة والاسلام السياسي او الحركات الجهادية.[2]

اشار ايضا سموك والمهدي الي ان **عدم فهم النشء المسلم الفهم الصحيح للاسلام** يعد سببا في سهولة قيام المتطرفين باقناعهم باستخدام العنف عن طريق تفسيرات غير صحيحة للدين.[3] وقد ارجعت امينة جاد ذلك بصورة اساسية الي **طبيعة الخطاب الديني** الذي لا يهتم بتقديم الصورة الصحيحة، والسمحة للاسلام مما قد يؤدي الي تفريخ اجيال ارهابية متطرفة لا تعني بالحوارالامر الذي نتج عنه نشر الرعب من الدين الاسلامي.[4]

و يمكن ان يعود الارهاب الي عدد كبير من الاسباب اذ انه علي الرغم من وجود هدف سياسي في الغالب للهجمات الارهابيه في الدول العربية الاسلامية الا ان **هذه الهجمات عموما لها صبغة ثقافية**، وبعبارة اخري فان الارهاب في هذه الدول مدفوع ثقافيا ومضمونه هو اتخاذ موقف لمنع ما يراه المتطرفون تهديدا لثقافتهم القومية كما يري صلاح عبد الوهاب.[5]

=من أن الإسلام ليس دين شر، وفى ذلك إشارة واضحة لما ترسخ فى ذهن الغربيين من ربط الإسلام بالشر، لمزيد من المعلومات راجع : ادريس توفيق، **ندوة الاسلام و الغرب - مكتبة الاسكندرية- ٥ يوليو ٢٠١١**

١- ديفيد سموك، قمر المهدي، "صنع السلام الاسلامي منذ ١١ / ٩، **مجلة المستقبل العربي**، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩ ، ص ١٣٢

٢- ايمن طلال يوسف، "تنميط الاسلام في التصورات الغربية بين الاصولية والفوبيا": قراءة تحليلية نقدية، ***المجلة العربية للعلوم السياسية***، العدد ١٨، ربيع ٢٠٠٨، ص ١٣٩.

٣- ديفيد سموك، قمر المهدي، مرجع سابق، ص ١٣٢، ١٣٨، ١٣٩.

٤- **منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشئون الثقافية و الاجتماعية، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٨..**

5- AL-Hamerneh, Ala, Steiner, C, p. 174.

بالإضافة الي ما سبق فان ما يعانيه المسلمون من **تخلف اقتصادي واجتماعي** في غالبية الدول الاسلامية لايعني فقط تراجع اسهام المسلمين في ارتقاء الحضارة الانسانية، او فرض احترام ثقافتهم علي الاخر(*)، وانما **يعني ايضا ظهور تاثير الفقر و نقص التعليم وعدم الشعور بالعدالة الاجتماعية علي افراز عناصر ارهابية** حيث اشارت دراسة Kruger & Maleckova,2002 ان الارهابيين في منطقة الشرق الاوسط هم من الفقراء، وان الارهاب هو نتيجة لعدم تثقيف النشء المسلم بالثقافة الدينية الاسلامية الصحيحة بالاضافة الي احساس انعدام الكرامة، والاحباط [١] **اي ان الارهاب غالبا ما يؤسس ليس فقط علي دوافع سياسية او ثقافية فحسب وانما يرجع ايضا الي بعض العوامل الاجتماعية**(**)، وقد اكد ذلك ايضا دراسة Aziz, H. 1995 عندما اشارت الي ان ٨٣.٥ % من الناشطين المسلحين الاسلاميين في مصر ينتمون الي مستويات اقتصادية واجتماعية منخفضة، وتقل اعمارهم عن ٢٥ عاما.[٢]

---

* وفقا لماركس ونظريته حول البناءات الفوقية والتحتية في النظم الاجتماعية المختلفة كالنظام الاقتصادي وعلاقته بامتلاك الثقافة الانسانية فان من يمتلك السيطرة علي وسائل الانتاج فانه يمتلك ايضا انماط الفكر وبعبارة اخري ان من يمتلك القوة الاقتصادية يمتلك ايضا القدرة علي فرض ثقافته علي من لا يملك هذه القوة و يدلل علي ذلك سيطرة الثقافة الامريكية علي العالم وسوف يتم تناول ذلك لاحقا في الفصل، ولمزيد من التفاصيل.

1- Grosspietsch, M.," can tourism provoke terrorism ", Working Paper Series. Num3. Sustainable Development Through *Tourism*, University of Munster, Germany, 2005, www.tourism-futures.org/content/view/2355/186 , accessed: Nov. 2008.

** عرف FBI الارهاب علي انه استخدام غير شرعي للقوة او العنف ضد اشخاص او ممتلكات من اجل الضغط علي الحكومة والمدنيين لتحقيق اهداف سياسية او اجتماعية، لمزيد من المعلومات، انظر المرجع السابق.

2- Aziz , H. , op.cit , p. 94.

٢- **اعتماد فهم الغرب للاسلام علي الافكار المسبقة والتصورات النمطية غير الحقيقية**[1]: ينظر الغرب الي الاسلام كدين وحضارة بصورة غير محايدة اوعقلانية اعتمادا علي تاريخ طويل من صراع الغرب مع الشرق وترجع هذه النظرة الي:

أ- **ظهور الاستشراق في العصر الاستعماري ما بين القرن الثامن عشر والتاسع عشر**(*) وقد كانت اهم اهداف ظهور الاستشراق هو هدف ديني يتمثل في محاربة الدين الإسلامي، وتشويه جوانب كثيرة من الفكر والثقافة الإسلامية[2]. ولقد أسهم هذا التيار في صياغة التصورات الغربية عن الشرق عامة، وعن العالم الإسلامي بصورة خاصة، معبراً عن الخلفية الفكرية للصراع الحضاري بينهما، ويجزم المفكر ادوارد سعيد أن الاستشراق هو السبب الرئيسي في الشرخ الحادث بين الحضارة الغربية والشرق اوسطية، كما اكد الدكتور مرزوق عبد الله (**) ان صورة الاسلام كما جاءت من الموروث الاستشراقي قد كرست الصورة الذهنية الخاطئة عن الاسلام.[3]

1- Shadid, W. & Koningsveld, P.S.V, op.cit. P.174.

* يقصد بالاستشراق ذلك التيار الفكري الذي يتمثل في إجراء الدراسات المختلفة عن الشرق الإسلامي، والتي تشمل حضارته وأديانه وآدابه ولغاته وثقافته. وقد اتضح ذلك في كتاب إدوارد سعيد" الاستشراق" المنشور سنة1978 ، لمزيد من المعلومات، راجع:

www.saaid.net/feraq/mthahb/75.htm, accessed: Sep., 2010

٢- ابراهيم مناد،" نبذة عن مسيرة الاستشراق "، ***مجلة حوليات التراث***، العدد ٣، ٢٠٠٥، ص ٥١ :

annales.univ-mosta.dz/index.php/archive/152.htm, accessed : Oct. 2010

** يعمل الدكتور مرزوق عبد الله كاستاذ للدراسات الاسلامية في الجامعة الحرة بامستردام و قد كان ذلك في حديث اجراه مع جريدة الشرق الاوسط علي هامش زيارته لمقر الامانة العامة لرابطة الجامعات الاسلامية بالقاهرة.

٣- **منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشئون الثقافية والاجتماعية، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، ديسمبر ٢٠٠٩.**

ب- **تصوير العرب المسلمين خلال فترة الاستعمار الغربي بصورة يظهر فيها ملامح التخلف** كتصويرهم براكبي الجمال، والتاكيد علي صورة التزمت الفكري علي الاسلام والمسلمين، كما **اختلطت صورة الاسلام بسلبيات الشرق** وذلك نتيجة ارتباط الاسلام بمنطقة الشرق الاوسط، وشمال افريقية وتصويرها علي انها غير قابلة للتطور وقد اشارت لذلك دراسة Van Koningsveld P.S. Shadid W.A.R. 2002 .,

وقد ظلت هذه الصورة حتي وقتنا الحالي حيث اشارت دراسة عزة عزت ١٩٩٧ ان الاسلام يظهر في الصحافة الالمانية علي انه دين لا يعرف معني الحياة العصرية، ولا يستطيع مواجهة التغير الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بالنظرة للمرأة حيث اشارت دراسة باسل عقيل ٢٠٠١ الي ان الاسلام يبدو في الاعلام الغربي علي انه دين يمارس التفرقة ضد المرأة ويعني فقط بحقوق الرجل[١]، بينما خلصت دراسة .Allam, R 2008 ان وضع المراة في المجتمعات العربية الاسلامية يتحدد في واقع الامر بالتجسيد الاعلامي السلبي لدور المراة التقليدي واظهارها بالسطحية، والعجز عن اتخاذ القرار، وسوء تطبيق تعاليم الاسلام في تحديد وضعها بصورة سليمة بخلاف بعض العادات، والتقاليد الاجتماعية، واحيانا بعض الظروف السياسية التي تقتضي عدم ابراز دور المراة في المجتمع[٢]، وفي دراسة AL-Mazroui, L. 2010 تبين انه دائما ما يتم الربط بين دور الاسلام في هذه المجتمعات، وبين مسالة التمييز ضد المراة الذي تحكمه بالاساس العادات والقوانين الوضعية.[٣] كما أن حجاب المرأة

١- زينب محمد حسن حامد، صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستيرغير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ١٧.

2- Allam, R., "Countering the negative image of Arab women in the Arab Media: Towards a pan Arab eye "Media watch project" , ***The middle east institute policy brief*** , No. 15, June, 2008, PP. 1-8.

3- AL-Mazroui, L. , The experience of Muslim women employed in the tourism industry, A thesis presented to the University=

المسلمة فى الغرب يتم تفسيره على أنه اضطهاد للمراة المسلمة وهضم لحقها وليس من قبيل الحشمة والالتزام.[1]

ج- **اساءة تقديم الاعلام الغربي سواء الراديو، او التليفزيون، او الانترنت** لصورة الاسلام لمواطنيه خاصة بعد احداث ١١ سبتمبر، وقد ارجع **Mesic , M.** هذا الي رغبة وسائل الاعلام في تعظيم مكاسبها السياسية جراء الاحداث من خلال وصف الاسلام بالتطرف، كما اصبح المسلم يقدم علي انه ارهابي يهدد امن الغربيين.[2] **كذلك فان عدم التفريق في الاعلام بين الحركات الاسلامية المختلفة** –بغض النظر عن الاهداف السياسية لكل منها – ادت الي عدم التفريق بين الجماعات الاسلامية الجهادية التي تستخدم العنف و بين الاخري ذات التوجه السلمي .

وتكمن خطورة ذلك في ان وسائل الاعلام اصبحت في وقتنا الراهن المسئول الاول عن عملية نقل صور الشعوب، وثقافتها، وصياغة المواقف منها وحولها، بل انها قد تصنع القرارات السياسية في احيان كثيرة.[3]

وقد رصدت **دراسة زينب حسن** عددا من الدراسات التي تناولت صورة الاسلام في وسائل الاعلام المختلفة قبل ١١ سبتمبر كان اهمها **دراسة محمود عبد العاطي ١٩٩٢** حول صورة الاسلام في الاذاعات

= of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Master of Arts Recreation and Leisure Studies-Tourism Policy and Planning Waterloo, Ontario, Canada, 2010, (uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/5089/1/Almazro'ei_Lubna.pdf), accessed: Jul., 2010, P.8.

١- ادريس توفيق،مرجع سابق.

2- Mesic, M. , " The perception of Islam & Muslims and the responsibility of European Muslims towards the media", (www.culturelink.org/conf/dialogue/mesic.pdf), accessed : Aug, 2010.

٣- جعفر عبد السلام، احمد السايح، "**المسلمون و الاخر : اسس لتبادل الحوار والتعاون السلمي**"، **سلسلة فكر المواجهة**، القاهرة: رابطة الجامعات الاسلامية، العدد ٢٠، ٢٠٠٦، ص ١٩٦ .

الاجنبية باللغة العربية الي والتي اكدت ان هذه الاذاعات قد اولت اهتماما كبيرا بالصورة السلبية المتعلقة بالمسلمين. كما رصدت **دراسة لؤي صافي** ٢٠٠١ صورة الاسلام المشوهة في وسائل الاعلام العالمية والتي اظهرت الاسلام علي انه ديانة متعددة الوجوه ترتبط بالخديعة والعدوان وتسدد سهام الموت للاخرين الذين لا ينتمون اليه. اكدت ايضا **دراسة باسل عقيل ٢٠٠١** ان الاسلام يظهر في وسائل الاعلام الغربية علي انه دين ارهاب انتشر بحد السيف.[١] ورغم ذلك فقد كانت هناك محاولات عديدة قبل ١١ سبتمبر لتنظيم حوار بين الاديان الا ان احداث سبتمبر ابرزت بوضوح وعيا ملحا بعدم جدوي هذه المحاولات خاصة ان هذه المحاولات تتطلب وقتا لازالة تاريخ طويل من سوء الفهم بين الشرق والغرب، واستخدلما امثل لوسائل الاعلام في هذا الشان [*]

وبلا شك فقد ادت احداث سبتمبر **الي ظهور** ما يعرف باسم **الاسلاموفوبيا** او رهاب الإسلام[**] والذي **يتمثل في تفشي التمييز ضد المسلمين من خلال عدد من الممارسات التي تهدد امنهم في الخارج، وتحول دون ممارستهم حقوقهم وحرياتهم الاساسية** من خلال أفراد ومجموعات ذات دوافع سياسية، وقد ظهرذلك في مجالات قوية التاثير كالاعلام والتعليم **مما شكل تربة خصبة لنشر العداء الصريح للإسلام وتكريس** الكراهية ضده كما أدى إلى **انعدام الثقة بين العالم الاسلامي والغرب**، وقد كانت احداث ١١ سبتمبر هي السبب الرئيسي في شن امريكا حربها ضد الاسلام و المسلمين باعتبارهم ارهابيين.[***]

١- زينب محمد حسن حامد، مرجع سابق، ص، ١٦، ١٩.

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

** هو لفظ حديث نسبيا يشير إلى الإجحاف والتفرقة العنصرية ضد الإسلام والمسلمين يُعَرفه البعض على أنه تحيز ضد المسلمين أو شيطنة المسلمين.وقد لوحظ استخدام المصطلح منذ عام 1976 لكن استعماله بقي نادراً في الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين وقد انتشر المصطلح انتشاراً سريعاً بعد احداث ١١ سبتمبر، لمزيد من المعلومات راجع :

http://ar.wikipedia.org

*** اكد الرئيس الامريكي باراك اوباما في خطابه الذي قام بتوجيهه الـي العـالم=

وتتنوع ممارسات الاسلاموفوبيا بين احداث مرتبطـــة بـــالرموز الدينية المقدسة او المساجد، او بعض الحملات السياسية والاجتماعية ضد الإسلام والمسلمين بالاضافة الي التمييز ضدهم في المؤسسات التعليميـــة وأماكن العمل والمطارات وغيرها.[1]و لا شـــك ان حادثـــة قتـــل مـــروة الشربيني قد اوضحت ذلك.[2]

وقد اشار د. ادريس توفيق الي انه يجب علي المسلمين التعامل مع هذا المفهوم الذى ترسخ فى عقول غيرهم بفضل الإعلام والذي يؤدي الي التعامل مع المسلمين بطريقة سيئة فقط لأنهم مسلمون.[3]

وإزاء هذ الصورة السلبية، فقد بات لزاما علي المسلمين انفسهم تصحيحها بالاعتراف اولا بوجود جهل حقيقي بصحيح الاسلام وتاريخ الحضارة والثقافة الاسلامية، ثم تطويرعلاقتهم بالغرب و ياتي ذلك اولا

= الاسلامي من جامعة القاهرة ان احداث سبتمبر ٢٠٠١ كانت سببا في رؤيـــة الاسلام عدوا ليس فقط لأمريكا او العالم الغربي و انما لحقوق الانسان وعليـــه فان تغيير الموقف الحالي من الاسلام يتطلب وقتا و ان الاسلام في حد ذاته ليس هو المشكلة وانما هو جزء مهم في الترويج للسلام، وترصد منظمـــة المـــؤتمر الاسلامي ظاهرة الاسلاموفوبيا منذ عام ٢٠٠٨ و تصدر نشرة شهرية للأحداث المتعلقة بالظاهرة وبعض التقارير المجمعة في هذا الشأن.

لمزيد من المعلومات راجع :

منظمة المؤتمر الاسلامي ، **التقرير الثاني لمرصد منظمة المؤتمر الإسلامي بشان ظاهرة الاسلاموفوبيا اسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٩**

http://www.oic-oci.org/uploads/file/Islamphobia/reports/arabic/ISLAMOPHOBIA2-Ar.pdf, accessed: Sep., 2010.

١- منظمة المؤتمر الاسلامي، **التقرير الثاني لمرصد منظمة المؤتمر الإسلامي بشـــان ظاهرة الاسلاموفوبيا اسلاموفوبيا ، مرجع سابق .**

٢- نفس المرجع السابق.

٣- ادريس توفيق،مرجع سابق ، كما اشار تقرير اســـلاموفوبيا فبرايـــر ٢٠١٠ان تقـــديم همبورجر حلال في فرنسا جدلا في الاوساط السياسية حيث تم مقاضاة سلسلة مطـــاعم كويك بتهمة التمييز بين الزبائن في بلد علماني في ٨ مطاعم تابعة للسلسلة خاصة فـــي مناطق ذات كثافة سكانية اسلامية، كما اعلن المتحدث باسم الحكومة الفرنسية معارضة اتجاه المطعم باعتبارها تغذي الانقسام في المجتمع .

من خلال الحوار الذي يمثل وسيلة اجلاء صورة الاسلام الحقيقية[١]، وهذا ما سوف يتم تناوله في النقطة التالية.

٣- افتقاد الحواربين الاديان:

اعتبرت قضية الحوار بين الحضارات عموما،والاديان علي وجه الخصوص، من اهم القضايا المثارة علي الساحة الدولية منذ ان انتشرت في فرنسا مقولة اندريه مالرو وزير خارجية فرنسا في عهد ديجول في السبعينيات من القرن الماضي : "**ان القرن الواحد والعشرين سيكون قرنا دينيا او لن يكون**"[٢] وبرزت القضية بصفة خاصة بعد احداث ١١ سبتمبر في ضرورة تحقيق فهم افضل بين الاطراف المتحاورة عندما بدا الغرب ينادي بضرورة الحوار من اجل الترويج للتسامح بين الاديان، وتعزيز السلام وذلك رغم ما بذل من محاولات قبل الاحداث لاقامة حوار مشترك[٣]، اذ تبين ان هذه الحادثة قد ابرزت افتقاد الحوار المثمر بين العرب خصوصا والمسلمين بصفة عامة وبين غيرهم.

والحوار في اللغة العربية هو التجاوب والمجاوبة، وقد ورد لفظ الحوار في القران الكريم في مواضع متعددة دلالة علي التفاعل والمراجعة في الكلام[*]، والاقتران بالعقل، كما ذكر الجدال بالتي هي احسن في القران الكريم؛ لذا يعد الحوار احد قيم الدين الاسلامي الذي يدعو للعدل، والاعتدال، والتوسط، والتسامح دون تخاذل او ضعف؛ لذا فقد حدد عبد العزيز التويجري ١٩٩٧منطلقات الحوار في الاسلام، وهي: الاحترام

١- جعفر عبد السلام، محمد السايح، مرجع سابق، ص ١٩٦.

٢- فوزية العشماوي، " الحوار بين الحضارات و التحديات الثقافية الكبري المعاصرة "، **الحضارات و الثقافات الانسانية : من الحوار الي التحالف، وقائع الندوة الدولية التي عقدتها المنظمة الاسلامية للتربية و العلوم و الثقافة – ايسيسكو- بالتعاون مع وزارة الثقافة والمحافظة علي التراث في الجمهورية التونسية، تونس ٣٠/١- ٢/١ – ٢٠٠٦، ص ص : ١٠٩- ١١٨.**

٣- لمزيد من المعلومات عن هذه الجهود راجع : سموك و المهدي، مرجع سابق، ص ص ١٣٥- ١٣٧.

* راجع سورة الكهف الاية (٣٧)، و سورة المجادلة الاية (١) .

المتبادل، الانصاف والعدل، نبذ التعصب والكراهيـــة(*) وذلـــك اســـتهدافا للمصلحة العامة، ومنها التعايش بين الامم والشعوب في كافة المجـــالات الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، والدينية(١).

ثانيا : ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين:

كما هو الحال في غالبية الدول العربية الاسلامية، وهو كما اشارت اليه ايضا Aziz, H 1995 ان الدين الاسلامي هو دين شامل ينظم التفاصيل الدقيقة للحياة اليومية للمسلمين، وجزء اساسي من حياة وثقافة هذه المجتمعات، وقد اوضحت دراسة Morris & Dabbagh 2004 ان التشريعات والقوانين تتضمن قيم واخلاقيات الدين الرئيسي في الدولة، كذلك فان القيم الثقافية والاخلاقية لها اساس في المعتقدات الدينية المختلفة خاصة في الديانات السماوية كاليهودية، والمسيحية، والاسلام(٢) وعليه فانه من الملاحظ ان القران والسنة مصدر التشريع الرئيسي في غالبية الدول العربية الاسلامية.

وعلي سبيل المثال فان الاسلام يلعب دورا رئيسيا في تحديد مفهوم الثقافة، وانماط التقاليد، والاعراف والمعايير الاجتماعية في المجتمع السعودي، وبالتالي فهو يفرض تعاليمه علي اسلوب الحياة بالكامل خاصة ان المملكة العربية السعودية مركز العالم الاسلامي وتستضيف علي ارضها الحرمين الشريفين وقد اشارت لذلك دراسة(AL-Ghamdi. A.(2007. (٣)

بناء علي ما سبق من محددات يمكن التعرف علي مظاهر تاثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.

---

*راجع سورة المائدة الآية (٨)، و سورة الممتحنة الآية (٨) .

١-عبد العزيز بن عثمان التويجري، **الحوار و التفاعل الحضاري من منظور اسلامي**، الرباط: المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة – ايسيسكو : ١٩٩٧، ص : ٨-١٧.

2- AL-Ghamedi, explicit and implicit motivation towards outbound tourism: a study of Saudi tourists, a thesis for Degree of Doctor of Philosophy in Marketing, The University of Glasgow, School of Business and Management, September, 2007, PP.8, 23

3- Ibid , PP, 8, 11.

* **مظاهر تأثير الدين الاسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.**

أولاً: تاثير الصورة السلبية للاسلام على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

ان الصورة السياحية هي جزء من الصورة العامة للدولة وفقا لرؤية منظمة UNWTO، بما يعني انخفاض ميل السائحين لزيارة غالبية الدول العربية الاسلامية خاصة ان Dobson and Marsh (2001 يصف منطقة الشرق الاوسط بانها مسرح للعنف دونما استثناء وهذا ما اكدت عليه دراسة Morakabati 2011 بتصنيف دول المنطقة الي دول شديدة الخطورة، ودول خطرة ودول متوسطة الخطورة. [١]

وعليه يجب ادراك مدي اهمية الصورة السياحية قبل زيارة المقصد؛ حيث تبرز اهمية الجانب المعرفي cognitive في تكوين اتجاهات السائح بدون تكوين علاقة مادية مع المقصد، مما يؤدي الي التاثير علي مشاعر السائح سلبا او ايجابا اثناء مرحلة التقييم في عملية اختيار المقصد.[٢]

واذا كانت من اهم خصائص الصورة السياحية هي انها تتغير ببطء وبصورة تدريجية، وانها تميل الي الثبات وقد تاخذ سنوات لتتغير[٣]، فانه من الصعب في ظل تلاحق الاحداث اليومية عبر وسائل الاعلام محو تاريخ طويل من الصراع بين **الحضارتين الغربية** والاسلامية[٤] **خاصة مع وجوداختلاف ثقافي جوهري بينهما وعدم قبول هذا الاختلاف.**[٥]

وفي ظل اساءة **تقديم الاعلام الغربي** لصورة الاسلام، واستمرار اسباب ذلك[*]، بالاضافة الي موروث التصورات المغلوطة عنه من خلال

1- Morakabati , Y., op.cit , p.106.

٢- داليا محمد تيمور زكي، مرجع سابق، ص ص ١٤-١٧.

٣- نفس المرجع السابق، ص ٢٤.

٤- **منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشئون الثقافية والاجتماعية، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٨**، مرجع سابق

5- Mesic, op.cit, p. 2.

* ان الصورة التي تتكون لدي السائح قبل الزيارة تنتج عن مصادر معلومات غير سياحية ولاعلاقة مباشرة لها مع المقصد مثل وسائل الاعلام و كتب الجغرافيا والتاريخ والادب لذا يطلق علي هذه الصورة صورة عضوية organic image، لمزيد من المعلومات، داليا زكي : مرجع سابق، ص ص ١٩ -٢١ .

كتب المستشرقين، فان النتيجة المتوقعة هي تاثر اتجاهات حركة السياحة بصورة سلبية والذي يظهر في صورة انخفاض حجم التدفق السياحي نسبيا الي الدول العربية الاسلامية؛ حيث انه من الصعب علي السائح ان يزور بلدا يكرهها لسبب معين (*)

وبعبارة اخري فان هناك علاقة وثيقة بين الصورة السياحية و قرار السفر مع العلم انه من السهل تقوية صورة ايجابية مدركة بالفعل عن محاولة تصحيح واحدة اخري سلبية.(**)

ثانياً: صور تاثير ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية :

١- تاثير الاسلام علي قبول مجتمعات المقاصد لانماط التنمية السياحية :

اوضحت دراسة Aziz, H. 1995 انه لا يوجد دين ضد السياحة كما اشارت ان الاسلام يقبل السياحة ويشجعها، ولكن ربما كان هناك بعض الافراد ممن لهم موقف مضاد بغض النظر عن الدين الذي يتبعونه.

وفي دراسة لمركز المعلومات والابحاث السياحية السعودي (ماس) ٢٠٠٩ تبين تاثر سياسات التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية بالتعاليم الدينية، والقيم الاجتماعية التي تحكم المجتمع السعودي انطلاقا من رغبة المجتمع في المحافظة عليها؛ بحيث لا ينتج عن النشاط السياحي اثار اجتماعية وثقافية سلبية سواء فيما يتعلق بتغيير انماط السلوك او بالملابس التقليدية خاصة بالنسبة للمراة[١]؛ مما يعني ظهور تاثير الدين الاسلامي علي انخفاض تدفق السائحين.

---

* تمت الاشارة من قبل في الفصلين الثاني والثالث الي اثر احداث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية الوافدة الي الدول العربية الاسلامية، بالاضافة الي تاثير هذه الاحداث علي زيادة سفر السائحين المسلمين الي الدول الاسلامية لقضاء اجازاتهم.

** سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

١- الهيئة العامة للسياحة و الاثار، مركز المعلومات و الابحاث السياحية (ماس)، "**التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية علي المجتمعات المحلية**"، ٢٠٠٩ ص ٤

وتحاول غالبية الدول العربية الأسلامية تنمية النشاط السياحي بما يتوافق مع القيم الدينية للسكان المحليين كما تري دراسة كل من Aziz , H. (1995), Kadir, D (1989) حيث اظهرت نتائج دراسة كل من(2003) Uriely, N., Israeli, A. & Reichel, A.[1] ان اي اتجاهات سلبية من السكان المحليين نحو السائحين تؤدي الي الاضرار بالتنمية السياحية؛ لذا فان دعم السكان المحليين لاتجاهات التنمية السياحية يعد امرا ضروريا لنجاح واستدامة اي نمط للتنمية السياحية ؛ لذا يؤكد Lawson, Merrette & Williams, 1996 ان قبول المجتمع المضيف لثقافة السائح يعد قوة دافعة للمقصد السياحي الناجح، وسببا رئيسيا في عودة السائح الي نفس المقصد بل و ترشيحه للأصدقاء. [٢]

وفي حالة الدول العربية الاسلامية فان الفارق الثقافي الواسع بين ثقافة السائح الغربي علي وجه الخصوص والتي غالبا ما توصف بالانفتاحية، وثقافة هذه المجتمعات المحافظة يتطلب بالضرورة رسم استراتيجيات سياحية تراعي خصوصيات المجتمع بما يتواءم مع ثقافة السائحين، وبما يحمي الثقافة العربية الاسلامية[*] [٣] لأنه من المعروف ان هناك بعض الحركات الدينية المتطرفة التي قد تشكل اتجاها عدائيا ضد

---

1 - Uriely, N., Israeli, A. & Reichel, A., "Religious Identity And Residents' Attitudes Toward Heritage Tourism Development: The Case Of Nazareth ", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 27 no. 1, PP. 69-84.

2- Thyne, M., Lawson , R.&Todd, S., " The use of conjoint analysis to assess the impact of the cross – cultural exchange between hosts & guests" , ***Tourism Management*** , Vol. 27 , No. 2 , 2006 , P. 201.

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

٣- محمود سالم عبد الله، " الدور الثقافي والمعرفي للسياحة في مد جسور التقارب بين الثقافات والحضارات للعالم "، في : فيصل سعيد فارع (المحرر)، **السياحة في الجمهورية اليمنية : اوراق عمل وتوصيات الندوة العلمية التي نظمتها مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة**، تعز : مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة، ٢٠٠٣، ص ص ٥٣-٥٦ .

السياحة الدولية سواء من خلال استهجان بعض سلوكيات السائحين وبدعوي حماية المجتمع من انتهاك قيمه وذلك عندما تحدث هجمات تتزعمها حركات اسلامية الصبغة ضد السائحين والمنشآت السياحية(*)، وقد ذكرت محيا زيتون ان ضرب السياحة في فترة التسعينيات في مصر يرجع الي استياء الجماعات الاسلامية العنيفة من تجاوزات الاجانب في التصرفات المنافية للقيم الاسلامية.(١)

٢- تأثير الاسلام علي انشطة السائح المسلم:

وفقا لـ(2003) Poria et al. فان اثر المعتقدات الدينية تنعكس علي السلوك في مظهرين رئيسيين، الاول يتمثل في تعليمات واضحة وصريحة مثل منع اكل لحم الخنزير عند المسلمين او منع اكل لحوم الابقار لدي الهندوس وقد اشارت دراسة Grigg 1995 الي اثر الدين والتدين علي تناول الاطعمة. اما المظهر الاخر يتمثل في تاثر السلوكيات وثقافة وقيم المجتمع وقد اشارت دراسة (2004) Essoo and Dibb الي تاثير الدين علي سلوك الانفاق بين المسلم والهندوسي.

وانطلاقا من احكام الشريعة الاسلامية في تحريم الخمور او تناول لحوم الخنازير بكافة اشكاله، وكذلك تحريم لعب القمار وممارسة الدعارة او اي شكل من اشكال الاباحية الجنسية؛ فانه لا يجوز للسائح المسلم ان يقوم بتناول الخمور او ممارسة لعب القمار او التواجد في اماكن الممارسة.(٢)

وقد اكدت دراسة Weidenfeld, A. and Ron, A. 2009 ان الدين لا يؤثر فقط علي اختيار السائح لمقصد معين دون غيره او رفض زيارة مقصد اخر، وانما قد يؤثر ايضا علي تفضيلات المنتج السياحي، والتسهيلات المرتبطة به، خاصة في حال استهداف جذب شرائح جديدة

---

* راجع الفصل الثالث.

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص . ٣٠٨

2- Battour, M., Ismail, M.N.. & Battor , M., "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, ***International Journal Of Tourism research,***2010, Published online in Wiley Online Library:

http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/pdf, accessed: Jan, 2011.

من السوق السياحي، او استحداث انماط سياحية جديدة (*) [1]؛ لذا فانه من الأحرى ان يتم تحويل العلاقة بين الدين والسياحة من علاقة صراع الـــي تكامل وانسجام وتعايش كما انه من الضروري وضع الاحتياجات الدينية للسائح في اعتبار القائمين علي النشاط السياحي خاصة وان السائح المسلم علي وجه الخصوص اصبح في الآونة الاخيرة يقرر احيانا عدم اختيـــار مقصد معين نظرا لعدم توافر خصائص تخدم احتياجاتـــه، خاصـــة وان تعاليم الدين الاسلامي تنعكس علي اختيار السائح للمقصد وتفضيلاته(**).

٣ـ تأثير الاسلام على العلاقة بين السائح والمضيف:

اكدت الدراسات الانثروبولوجية ان الاتصال بين الثقافات المختلفة عن طريق السياحة قد ينجم عنه:

١- اما قبول الثقافة الجديدة داخل المجتمع، عن طريق استعارة انماط السلوك والقيم الجديدة للسائحين، كتقليد طريقة الملبس مثلا

٢- اومحاولة مواءمة السلوكيات الجديدة مع الثقافة المحلية مثل قيام المضيفين بمحاولة تقبل بعض السلوكيات من السائحين كقبولهم ارتداء السائحين الملابس المتحررة .

٣- او حدوث ما يعرف بالرفض لهذه السلوكيات و القيم الجديدة.[٢]

ووفقا للدراسات التي تناولت اثر السياحة علي المجتمعات المحلية خاصة تلك المحكومة بقوة بعدد من القيم الدينية والاجتماعية، مثل الدول العربية الاسلامية، فان رفض بعض الممارسات التي تنتهك هذه القيم قد

*** تناولت دراسة Weidenfeld 2006 دراسة الاحتياجات الدينية للسائحين المسيحيين في صناعة السياحة عن طريق بحث المتطلبات الدينية للسائح الديني و الذي ليسَ دافعه الرئيسي للسفر هو الدين ، وسوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة**

1 - Weidenfeld, A. and Ron, A., Religious Needs *in the* Tourism Industry, ***Anatolia*** , Vol.19 , No. 2 , winter 2008 , PP. 357-361.

** راجع آيات القران الكريم: سورة المائدة الآية (٣)، والآيـــات (٩١،٩٠) ، ســـورة الانعام الآية (١٤٥)، سورة البقرة الآية (٢١٩)

٢- محمد يسري دعبس، **السياحة و المجتمع : دراسات و بحوث في انثروبولوجيا السياحة**، مرجع سابق، ص ص ٧١٥ – ٧١٨.

يكون امرا متوقعا عندما يتم من خلال قيام السائحين ببعض السلوكيات مثل ارتداء الملابس المتحررة، وتناول الخمور، ولعب القمار، وممارسة الدعارة مما قد يؤدي الي حدوث قبول وانتشار هذه السلوكيات والقيم في المجتمع المضيف وذلك وفقال Tosun , C. 2002[١]

وقد اشار يسري دعبس الي ان الاتصال المباشر ليس ضروريا لحدوث التاثير فمجرد رؤية السائحين وسلوكياتهم قد يثير تغيرات سلوكية من جانب المضيفين[٢]، لذا تبرز اهمية الكتب الارشادية، والتعليمات الخاصة بالمسافرين المتاحة بالمجلات السياحية والتليفزيون وشبكة الانترنت اثناء الاعداد للرحلة في تعلم اشياء عن القيم الحقيقية للمجتمع المحلي وتكوين صورة مسبقة وذلك وفقا لداليا زكي ٢٠٠٨.[٣]

وقد اشارت دراسة Diedrich, A. & Buades, E.G, 2009 ان السائح عندما يشعر انه غير مرحب به فلن يكون لديه ميل للعودة، و ربما يشجع غيره علي عدم المجيء.[٤]

بناء عليه فان دراسة Weidenfeld, A. & Ron, A.S. تري ان الدين يؤثر علي اختيار السائح للمقصد [٥] خاصة ان التشابه الثقافي بين بلد السائح الاصلي وبين المقصد يمنح السائح فرصة الارتباط بالمجتمع المضيف، حيث وجد ان الناس ينجذبون لغيرهم ممن لهم نفس الاتجاهات والمعتقدات مما يضمن لهم خبرة ايجابية وقد اشارت دراسة Yvas87 ان السعوديين يفضلون السفر الي الدول الاسلامية[٦]، كما ان

1- Tosun , C , " Host perceptions of impacts : A comprehensive tourism study" , ***Annals of tourism research***, Vol. 29, No. 1, PP. 231- 253.

٢- محمد يسري دعبس، **العلاقات الاجتماعية للسائح : رؤية في انثروبولوجيا السياحة**، الاسكندرية : الناشر المؤلف، ١٩٩٣، ص ٦٩.

٣- داليا محمد تيمور زكي، مرجع سابق، ص. ٢١.

4- Diedrich , A. & Buades , E.G, op.cit, p. 513.

5- Weidenfeld, A. & Ron, A.S., "Religious needs in the Tourism Industry " , ***Anatolia*** , Vol.19, No. 2 , winter, 2008, PP. 357-361.

6- Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., op.cit, p. 1498.

هذه النوعية من السائحين غالبا ما لا ينتج عن زيارتهم اية اثار اجتماعية سلبية نظرا للتماثل النسبي في السلوكيات والعادات والتقاليـد وفقـا لـ weaver &oppermann 2000[1] وهذه احدي فرص تنميـة السـياحة البينية.

وبصورة عامة فان الشريعة الاسلامية تعتبر المسافر ايا كان دينه او لونه او عرقه او جنسيته متمتعا بنفس حقوق المواطن داخل الدول الاسلامية وامنا علي نفسه وعائلته وماله ومسكنه[٢]، كما اشارت دراسة محمد سعيد الغامدي ٢٠٠٢ الي ان السائح يعتبر في الاسلام ضيفا كريما له حقوق الضيف التي تقرها الشريعة الاسلامية، وعليه يجب اكرام السائح والاهتمام به[٣] (*)، وانطلاقا من مبدا احترام الكرامة الانسانية فان الاصل في التعامل مع السائح هو الاحسان والمسالمة، وليس العداء والرفض لمجرد اختلاف جنسيته او دينه، اوانتمائه العرقي، وهذا ما اكدت عليه دراسة كل من عبد السلام، و السايح ٢٠٠٦.[٤]

ويدلل ذلك علي ان ما يرفضه الاسلام هو ما يؤثر سلبا علي الثقافة و الافراد انطلاقا من مبدا لا ضرر ولا ضرار وهذا ما اشارت اليه Aziz,1995؛ لذا فان دراسة Din , K.H اكدت علي تاثير الدين علي السياسات السياحية في الدول العربية الاسلامية.

1- Weaver, D. & Oppermann, M., **Opcit**, p. 104.

2- Aziz, H. , " understanding attacks on tourists in Egypt ", op.cit, P. 92

٣- محمد سعيد الغامدي، " تنمية النشاط السياحي في الاقتصاد الاسلامي" : دراسة في الاصول النظرية والتجربة السعودية "، ***مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية***، العدد الحادي و الثلاثون، ابريل ٢٠٠٢، ص ص ١ – ٨٧ .

* قال رسول الله صلي الله عليه و سلم : " من كان يؤمن بالله و اليوم الاخر فليكرم ضيفه "

٤- جعفر عبد السلام، احمد السايح مرجع سابق، ص ٨٤

<u>وعلي ذلك يمكن التوصل الي ان اثار العلاقة بين السائح والمضيف تعتمد علي العوامل التالية:</u>

اولا: مدي قيام السائحين بالتواؤوم مع قيم المجتمع، وقوة هذه القيم، حيث انه كلما اظهر السائح احترامه لقيم المجتمع المضيف كلما لاقاه المجتمع المضيف بالترحيب.

ثانيا: مدي الاختلاف الثقافي بين السائح والمضيف، فكلما زاد الفارق الثقافي بينهما كلما ادي ذلك الي نتائج سلبية للعلاقة نابعة من عدم الفهم وعدم قبول الاختلاف.

ثالثا: مدي رغبة المقاصد سواء المجتمع المضيف، او القائمين علي الصناعة في المواءمة بين المكاسب الاقتصادية من خلال جذب السائحين الدوليين، وبين تاثير ذلك علي الاعتبارات الاجتماعية و الاخلاقية.(١)

وتفسر هذه العوامل الثلاثة اعتبار السياحة الغربية (او السياحة الدولية الوافدة من غير الدول العربية والاسلامية) western style tourismغير متوافقة مع الدين الاسلامي في عدد كبير من مجتمعات الدول العربية الاسلامية مما انعكس اثره علي حجم التدفق السياحي الي منطقة الشرق الاوسط باسرها.(٢)

ووفقا لدرجة قبول المجتمعات لاتجاهات واستراتيجيات التنمية السياحية القائمة فقد اشارت دراسة Din. K 1989 الي تنوع الاتجاهات التي تتخذها صناعة السياحة في الدول الاسلامية بصفة عامة وهي اما:

أ - عزل السياحة عن المجتمع المضيف، وخير مثال علي ذلك المملكة العربية السعودية، وهذا يقلل اي نوع من تاثيرالتبادل الثقافي الناتج عن السياحة سواء اكان ايجابيا او سلبيا.

ب- قبول درجات متفاوتة من التحرر في النشاط Laisser Faire : وهي تلك الدول التي تعتبر السياحة احدي اولويات التنمية الاقتصادية

1- Burns, P. & Holden, A,Op.cit. PP.119- 120.

2- Saadi, M.A, & Handerson, J.C, Tourism in Saudi Arabia and its future development, (http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/8105/120511-0005-fulltext.pdf?sequence=3), accessed: Oct, 2009.

الا ان ليس كل دولة تستطيع ان تتقبل نفس انماط التنمية السياحية ففي مصر يمتنع علي المصريين دخول صالات القمار، بينما يسمح بتداول الكحوليات.[١]

ج- انخفاض درجة تشجيع السياحة مثل ليبيا.

٤- دور الدين الاسلامي في النشاط السياحي[*]:

ارتبط الاسلام عبر تاريخه بالسفر لأغراض الحج والعمـرة [**]، وزيارة الاضرحة والمـزارات الدينيـة المختلفـة بخـلاف الـرحلات التجارية [***]، والسفر لطلب العلم[****] والتأمـل فـي خلـق الله لإدراك عظمة الخالق[*****] كما تعددت الآيات التي تامر بالتـدبر والتأمـل فـي الخلق، ايضا هناك من الآيات ما يستهدف ايضا مـن الانسـان التفكـر والاعتبار من النظر في تاريخ الاولين[******] من خلال زيارة الاثار التي

1- Din , K.H , " Islam & Tourism : patterns , issues , options , *Annals of tourism research*, Vol. 16, issue 4 , 1989, PP554-556.

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية:

١-محمد سعيد الغامدي، مرجع سابق، ص ص ١١-٢٥

٢-عبد الباري محمد داوود، **السياحة في الاسلام**، الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٦، ص ص ١٨، ١٩ .

3- Aziz, H "The journey: an overview of tourism & travel in the Arab/ Islamic context" op.cit, pp. 151-153

** آيات القران الكريم (١٥٨)، (١٩٧) سورة البقرة، الآية (٩٧) ال عمران، كما توجد سورة كاملة تسمي الحج بالقران الكريم

*** رحلتا الشتاء و الصيف الي اليمن و الشام التي كان يقوم بها العرب قبل و بعد ظهور الاسلام، راجع سورة قريش الآية رقم (٢)، كما ورد لفظ السفر في آيات (١٨٤)، (٢٨٣) من سورة البقرة، و (٤٣) سورة النساء، الآية (٦) سورة المائدة، (٤٢) سورة التوبة، (٦٢) سورة الكهف

**** قال رسول الله (ص) :" من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله له به طريقا الي الجنة " **رواه مسلم، وأصحاب السنن عن أبي هريرة .**

***** راجع آيات القران الكريم :، الآية (١٩١) سورة ال عمران، الآية (١٨٥) من سورة الاعراف، الآية (٢٠) العنكبوت، الآية (١٠١) سورة يونس، (٢٧) فاطر، (٦٠)، (٦١) النمل،(٩٧) الانعام،

******راجع آيات القران الكريم : الايات (٦)، (١١) سورة الانعام، الاية (١٠٩)=

تذكر الانسان بتاريخ الحضارات السابقة، وقد **ورد لفـظ السـياحة فـي القران الكريم** بمعني المجيء و الذهاب (*)، كما كان النبي صلي الله عليه وسلم اذا رجع من السفر يقول " ايبون تائبون سائحون لربنا حامـدون " وفي هذا الدعاء ورد لفظ السياحة بمعني الحركة والسير في الارض، كما ورد لفظ الترويح في حديث النبي صلي الله عليه وسلم " روحوا القلوب ساعة فساعة " من اجل الترويح عن النفس وتجديد نشاطها، ووفقا لتعاليم الاسلام فقد امر الاسلام اتباعه ايضا بزيارة الاقارب والاصدقاء من اجل تقوية صلة الرحم سواء بين الاهل او بين الامة.(**)

ومن الواضح ان كافة هذه الرحلات ترتبط في اطار الشريعة الاسلامية بالالتزام بمبادئها والبعد عما هو منهي عنه شرعا خاصة بالنسبة للسائح المسلم.

الا انه من الجدير بالذكر ان المزارات الدينية الاسلامية كالمساجد، والاضرحة **لا ترتبط زيارتها فقط بالمسلمين لاغراض دينية،** وانما **تعد ايضا جزء من المنتج السياحي** الثقافي، حيث يسعي السائحون ايا كانت معتقداتهم الدينية الي زيارتها **بدافع التعرف علي ثقافة المقصد** حيث يعتبرونه **جزء من التراث الثقافي العالمي وملكا للانسانية** (1)، **وترتبط زيارتهم لهذه الاماكن باتباع بعض القواعد من حيث التزام**

= سورة يوسف، الايات (١٤)، (٦٩) سورة النمل، الاية (٨٢) سورة غافر، الاية (١٠) سورة محمد، الاية (٣٦) سورة النحل، (٤٦) الحج، الايات(٩)، (٤٢) سورة الروم، الاية (٤٤) فاطر، الاية (٢١).

* راجع آيات القران الكريم: الآيات (٢)، (١١٢) سورة التوبة، كما وصف التنقل بلفظ السير في الآية (١٨) سورة سبا، و لفظ الضرب في الآية (٩٤)، والآية(١٠١) سورة النساء

** في صحيح الالباني عدد من احاديث صلة الرحم اشهرها:

قال صلى الله عليه وسلم : قال الله تعالى:أنا خلقت الرحم و شققت لها اسما من اسمي فمن وصلها وصلته و من قطعها قطعته، وقال صلي الله عليه و سلم : من أحب أن يبسط له في رزقه وأن ينسأ له في أثره فليصل رحمه.

1- Handerson, H.C, "Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", ***Tourism management***, Vol. 24, 2003, P. 448.

السائحات بارتداء ملابس مناسبة، واتباع سلوكيات تتوافق مع قدسية المكان، واحترام القيم الدينية للسكان المحليين.(*)

وهذا الاحترام من الممكن ان يلعب دورا كبيرا في تحقيق التفاهم والتعاون بين المقاصد العربية الاسلامية وغيرها، الا ان السياحة قد تحمل ايضا اثارا معاكسة في حال عدم احترام السائح لثقافة هذه المقاصد مما ينعكس علي منظومة المعتقدات والقيم الاصيلة، وقد ينعكس علي زوال معالم الهوية الثقافية لها، خاصة في عصر العولمة، وهذا ما سوف يتم تناوله بالتفصيل في النقطة التالية.

ثانيا: اثر السياحة الدولية على الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل العولمة:

تري عدد كبير من الدراسات ان السياحة تلعب دورا كبيرا في تحقيق التفاهم والتعاون بين الشعوب مثل دراسة NWTO1980 , Thyne , M., Lawson, R., & Todd, S., 2006، ووفقا ل Bochner, 82 فان الاتصال بين الثقافات يمكن ان يخلق فرصة للمعرفة المتبادلة بينها ويسهم في القبول والتفاهم المتبادل، ويقلل الصراعات والتوتر والاحكام المسبقة[1]؛ لذا يعتبر Cohen & Kennedy 2000 السياحة احد اهم القوي التي تشكل العالم من خلال كونها قوة للترويج للسلام و التفاهم بين الناس.[2]

ومن ثم فقد راي صلاح عبد الوهاب ان السياحة من خلال قيامها علي الاتصال بين الشعوب وتبادل المعرفة تعد معيارا لتوثيق العلاقات الدولية مما يمكنها من ان تؤدي الي انتشار التفاهم الدولي و التسامح والتحرر من التعصب والعنف بما يخدم السلام العالمي، وقد صدر عن مؤتمر "السياحة قوة دافعة للسلام" الذي انعقد في مدينة فانكوفر بكندا

---

* سوف يتم تناول ذلك في الجزء الثاني من الدراسة.

1- Thyne, M., Lawson, R., & Todd, S., op.cit, p. 201.

2- Higgins, F., "More than industry": the forgotten power of tourism as social force", *Tourism Management*, Vol. 27, 2006, P. 1192.

اكتوبر ١٩٨٨ ما يعرف باسم "**عقيدة المسافر المسالم**" والذي يتضمن ابتداء ضرورة ان يتقبل المسافر اختلاف ثقافة وعادات المجتمع المضيف وسلوكيات افراده ويحترمها.(١)

وقد اوضح Telfer & Sharpley 2008 ان الاتصال بين السائح والمضيف يزيد من قبول الثقافات المختلفة، ويسهم في تغيير ادراك السائحين حول المقاصد والافراد والثقافات المختلفة بحيث يعود السائح باتجاه ايجابي نحو المجتمع المضيف وثقافته.(٢)

وقد اوضحت دراسة Groth 70, Pearce 82 ان **الخبرة بزيارة المقصد تستطيع تغيير ادراك السائحين نحو المجتمع المضيف** حيث اثبتت هذه الدراسات تغيرالصورة الساحية بعد الزيارة post-travel image للافضل بالمقارنة بالصورة قبل الزيارةpre-trip image، مما ينعكس بالضرورة علي تقليل التوتر، والاختلافات، والصراعات، والقضاء علي الافكار السلبية التي تسيء الي الصورة السياحية.(٣) **ويشترط** Robinson, M. & Picard, D., 2006 لتحقيق ذلك **رغبة كل من السائح والمضيف في اقامة حوار انساني مشترك**، وبالتالي التعارف والتفاهم اجتماعيا وثقافيا.(٤)

وقد جاء في تمهيد كتاب "الاسلام والمسيحية" لاليكسي جورافسكي ان **السياحة من العناصر التي غيرت وجه العالم وادراك الناس له وانها**

١- صلاح عبد الوهاب، " السياحة عامل للتسامح و السلام "، في : صلاح عبد الوهاب (المحرر)، مرجع سابق، ص ص ١٩، ٢٠ .

2- Telfar, D.J. & Sharpley, R., op.cit, p. 198.

3- izam, A., Fleischer, A. & Mansfeld, Y., "Tourism and Social Change: The Case of Israeli Eco-tourists Visiting Jordan ", ***Journal Of Travel Research***, Vol. 41, November, 2002 , PP. 177-184..

4- UNESCO, Robinson, M. & Picard , D., " Tourism , Culture, and sustainable development " (unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf) accessed: Oct, 2010.

تحول حضاري شامل ينتقل بالناس من ضيق القوميات والاعراق والاجناس الي سعة المجتمع الانساني الواحد. ومن خلال هذا الراي يلاحظ ان المهمة التي تؤديها السياحة تتوافق بلا شك مع ما يستهدفه الاسلام من محو اسباب التفرقة والنزاع بين الناس حيث يدعو الي التسامح وتقديم نظرة كونية شاملة للانسان(١).

وقد كان عنوان يوم السياحة العالمي لعام ٢٠١١ السياحة – تواصل الثقافات Tourism- linking cultures الذي يحضره السكرتير العام للمنظمة وقيادات السياحة والطيران في العالم بدعوة من المنظمة للتذكير بأهمية السياحة في حياة البشر والتواصل الإنساني، وكان يستهدف ازالة عوائق الاتصال بين البشر مثل اللغة والدين والعرق والمسافات والايدلوجيات بما يخلق تفاهما عالميا و يسهم بالتالي في تعزيز السلام والتسامح والاحترام المتبادل بين البشر من مختلف الثقافات وذلك من خلال ممارستهم للنشاط السياحي وتفاعلهم معا بشكل مباشر، وقد تم اختيار مدينة اسوان "مصر" رسميا من قبل منظمة السياحة العالمية UNWTO من اجل استضافة الاحتفالية رسميا.(*)

الا ان السياحة قد تحمل ايضا اثارا معاكسة خاصة في عصر العولمة **ويشتد ذلك في حال وجود اتجاهات سلبية** اصلا سواء **من السائح نحو المضيف او العكس اذ تعتمد طبيعة العلاقة بينهما علي خلفياتهم الثقافية** اذ يري Reisinger 94 انه **قد ينتج عن هذه العلاقة خبرات سلبية** في حال الاختلاف الثقافي وعدم قبول هذا الاختلاف(٢)؛ اذ اشارت مها بداري الي انه مما يزيد من حدة التأثيرات السلبية للاتصال

١- جعفر عبد السلام، احمد السايح، مرجع سابق، ص ص ٧٠، ٧١.

* لمزيد من المعلومات راجع الموقع الرسمي لمنظمة السياحة العالمية ، وكذلك يمكن الاطلاع علي كلمة وزير السياحة السيد /منير فخري عبد النور حول استضافة مصر لهذا الحدث ٢٧ سبتمبر ٢٠١١:

http://wtd.unwto.org/sites/all/files/docpdf/egyptministermessage.pdf, accessed: Oct, 2011.

2- Tosun, op.cit, p. 233.

بين السائح والمضيف هو جهل السائح بالخصوصيات الثقافية للمجتمع المضيف وعاداته وتقاليده حيث يضاعف ذلك من الاثر السلبي للسياحة علي قيم وتقاليد مجتمع المقصد)[١]، وبعبارة اخري **فانه كلما زاد الفارق الثقافي بين السائح والمضيف كلما زاد سوء الفهم بينهما؛**[٢] **لذا يري Krippendorf 82 ان السياحة ليست دائما وسيلة لاثراء المعرفة حول الثقافات او تحقيق الاحترام المتبادل بينها و انما لها اثار اخري سلبية**[٣]؛ فمن خلال النشاط السياحي تتاثر المجتمعات المضيفة في الدول النامية – ومنها الدول العربية الاسلامية – اكثر من غيرها بسلوكيات السائحين الغريبة عن المجتمع مما ينعكس علي منظومة المعتقدات والقيم الاصيلة في المجتمع، **وتكمن الخطورة** وفقا لمها بداري ٢٠٠٧ **في تحقيق نوع من التجانس واللا اختلاف بين المقاصد السياحية بما يضر بالطابع الثقافي الاصيل، ويصنع نماذج مكررة وممسوخة لا تحمل للسائح احساسا بالتغيير.**[٤]

ومن المعروف ان تاثرالمضيفين بسلوكيات السائحين غير المتوافقة مع تعاليم الدين الاسلامي قد يؤدي الي تهميش الثقافة الدينية لدي المسلمين مما يمحو اي دلالات او مميزات لهذه الثقافة يتوقع السائح مشاهداتها في سلوكيات المضيفين **بما يشعره بعدم وجود شخصية مميزة للمقاصد العربية الاسلامية**. وبالتالي **الالغاء التدريجي للخصوصية الدينية**، لذا فانه من البديهي **ان ينجم عن ذلك في كثير من الاحيان بعض الحوادث الارهابية الموجهة ضد السائحين** من قبل بعض الجماعات الاسلامية العنيفة، **مما يظهر اثره في صورة انخفاض حجم التدفق السياحي لهذه المقاصد، وتعميق الصورة السلبية للمقاصد العربية الاسلامية.**

١- مها بداري، القدرة التنافسية لاصالة المنتج السياحي المصري في عصر العولمة بالتركيز علي العولمة الثقافية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١١١.

2- Weaver, & Oppermann, op.cit, p. 295.

3- Thyne, M., Lawson, R. & Todd, S., op.cit, P. 201.

٤- مها بداري، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

ومن ناحية اخري وقد اشارت دراسة Besculides, A., LeeM.E., & McCormick, P.J. 2002 ان **تدفق اللغات الاجنبية عن طريق السياحة الدولية الي مجتمعات المقاصد قد تؤدي الي فقدان اللغة الوطنية** [1] **بالتدريج،** فمن خلال **دخول بعض الكلمات الاجنبية** في التعامل اليومي بين افراد مجتمعات المقاصد العربية الاسلامية فان النتيجة تصبح **تهميش اللغة العربية** مما يؤدي الي **اضعاف اهم مكونات هوية المقاصد العربية الاسلامية في نظر السائح** حيث قد يستدل بذلك علي ضعف امكانية اللغة العربية عن استيعاب معاني ودلالات الالفاظ الاجنبية المستخدمة.

ويشير مفهوم **الهوية** الي ما يتميز به الفرد او المجتمع عن الغيرمن قيم ومقومات وخصائص ومميزات مما يعني **الامتياز عن الغير وخصوصية الذات،** وقد اكدت الدراسة ذاتها ان تحديد المفردات التي تشكل **الهوية الثقافية يرتبط بمفهوم الثقافة** ذاته سواء اكانت مفردات مادية او معنوية [*] لذا فقد اشار عبد العزيز التويجري الي ان **الثقافة هي روح الامة وعنوان هويتها.**[2] واذا كانت الثقافة هي ذلك الكل المركب من المعارف والعقائد والفنون والاخلاق واللغة والمباديء والسلوك، **فان اللغة العربية والدين الاسلامي ابرز مفردات الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية** وهما ما يميزانها عن الثقافات الاخري.[3] حيث اشار سالم لبيض الي ان اللغة والدين **ينبثق عنهما جميع الافكار والرموز**

1- Besculides, A., Lee M.E., & McCormick, P.J., "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 29, Issue, 2, , 2002, PP. 303-319.

* تتكون مفردات الهوية الثقافية للمقصد من عدة عناصر مادية و معنوية، وتتمثل المادية في المواقع الحضارية و الاثرية، التراث الطبيعي، التراث العمراني، الابداعات الشعبية المادية، اما العناصر المعنوية فتتمثل في: التراث اللغوي، الابداع الفكري، منظومة المعتقدات والقيم الاخلاقية والتوجهات السلوكية للمجتمع المصري، منظومة العادات والتقاليد، لمزيد من المعلومات، راجع: مها بداري، مرجع سابق، ص ١٦٧.

٢- عبد العزيز التويجري، **العالم الاسلامي في عصر العولمة**، القاهرة : دار الشروق، ٢٠٠٤، ص ص ٤٦ – ٤٧ .

٣- نفس المرجع السابق، ص . ١٦٧

والعادات والتقاليد والانظمة السياسية والثقافية في المجتمعات العربية الاسلامية.(١)

وعليه فان السياحة الدولية احد اهم اليات العولمة الثقافية خاصة وانها تتيح فرصا للتبادل الثقافي والتفاعل الشخصي بين الافراد بصورة مباشرة، الا انها **تحمل ايضا عددا من الجوانب السلبية التي تتعارض مع ابراز اصالة المقاصد السياحية مما يطمس هويتها؛** ويرجع ذلك الي انها لا تملك من القوة الاقتصادية والسياسية ما تستطيع به الدفاع عن هويتها مما يجعلها عرضة لزوال معالم هويتها الثقافية، خاصة في عصر العولمة، وبعبارة اخري فان السياحة الدولية تحمل كل ايجابيات وسلبيات العولمة(٢)، خاصة وانه من المعروف ان المقاصد السياحية غالبا ما قد تسعي لارضاء رغبات السائحين وتوقعاتهم علي حساب عناصر الهوية الثقافية للمقصد(٣).

ووفقا لصلاح عبد الوهاب فان **الاصالة تعني ان يكون المقصد مختلفا** عن موطن السائح بالقدر الذي يسمح بان تقدم له الاستجابة المطلوبة لدوافعه، وان تمثل بالنسبة له **مكانا للتغيير** مع ضرورة ان تتوفر بها ظروف الراحة والامان(٤)، وعليه فان **عنصر الاختلاف الثقافي هو الذي يربط مفهومي الاصالة والهوية** فيما يتعلق بالتميز عن الغير، وذلك وفقا لما تراه مها بداري ٢٠٠٧.

وعلي الرغم من تدرج اهتمام السائحين باصالة المقصد وفقا لدوافع زيارتهم الا انهم يظلون يستشعرون درجة معينة من الاختلاف بين المقصد وغيره، **ويري كيفن ميثان ان الاصالة مفهوم يحمل بعدين اساسيين:**

١- سالم لبيض " الهوية : الاسلام، العروبة، التونسة"، ***المستقبل العربي***، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧ – ٧٥، و تعتبر هذه الدراسة خلاصة كتاب للمؤلف بالعنوان نفسه.

٢- مها بداري، مرجع سابق، ص ٩٨.

3- Handerson, H.C. , op.cit , PP. 449 – 451.

٤- صلاح عبد الوهاب، التسويق السياحي القومي و التجاري، مرجع سابق، ص ص ١٢١، ١٢٦.

أ- **الاصالة المادية**: المرتبطة بما يمكن للسائح مشاهدته من عناصر ثقافية ملموسة تخص المقصد كالاثار والمنتجات الحرفية التذكارية والملابس الوطنية وانواع الطعام، وغيرها او ما يطلق عليه عناصر الثقافة المادية.

ب- **الاصالة المعنوية**: وهي المرتبطة بالقيم والمعتقدات وكافة الانماط السلوكية والفكرية التي تميز المقصد او ما يسمي عناصر الثقافة غير المادية، واهمها الدين واللغة .(١)

واخيرا فانه اذا كانت الشريعة الاسلامية تقوم علي التسليم بالاختلاف بين الناس في الخلق(*) واعتباره من ضرورات الكون، وتدعو ايضا الي الاستفادة منه علي اساس التكامل بين البشر(٢)، فان ذلك يزيد من اهمية اتخاذ المقاصد العربية الاسلامية الخطوات نحو مزيد من تعزيز التعاون من اجل الحفاظ علي اصالة عناصرها الثقافية التي تحقق الاختلاف الذي يجذب السائحين الدوليين. والتي تمثل ايضا في ذاتها السبب الرئيسي في جذب السائحين من العرب والمسلمين اعتمادا علي وحدة الدين واللغة.

١- مها بداري، مرجع سابق، ص ص ١١٨- ١٢٠ .

* راجع الايات ١١٨، ١١٩ سورة هود.

٢- جعفر، السايح، مرجع سابق، ص ٨٤.

الخلاصة:

تناول هذا الفصل تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية من خلال

اولا: تحليل تاثير اللغة والدين كعموميات ثقافية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية وتشمل:

أ- تاثير اللغة العربية على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

حيث تبين ان **اختلاف اللغة بين السائح والمضيف تعد احد عوائق الاتصال بين السائح والمضيف** لذا فانه غالبا ما **يميل السائح إلي زيارة المقصد الذي يتم التحدث فيه بلغة السائح**، وعليه فان **اشتراك الدول العربية الإسلامية في لغة واحدة** يمثل احدي فرص **تشجيع السياحة البينية** بدلا من زيارة دول أخري،رغم **ذلك فقد اتضح ان اختلاف اللغة في بعض الاحيان قد يمثل دافعا لإثراء خبرة السائح.**

وقد **تم ايضا القاء الضوء علي دور المرشد السياحي كوسيط ثقافي** بين السائح والمضيف **من خلال إجادته للغة والتي تمكنه من إظهار الحقائق المتعلقة بثقافة المقصد وتفسيرها تفسيرا صحيحا وصادقا** مما يؤدي بالسائح **لإعادة فهم ثقافة المقصد** أو المنطقة التي يقوم بزيارتها بصورة أكثر واقعية **بل وإقناع السائح باحترام قيم ومعايير وأساليب تفكير المجتمع المضيف وقبولها دونما إجبار** بما يمكنه من التواصل بصورة فعالة مع أفراد ذلك المجتمع ويسهم في تجربة سياحية أصيلة وممتعة.

ب- تاثير الدين الاسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

حيث تم في البداية التعرف علي محددات هذ التاثير وتضمنت:

اولا: الصورة السلبية للاسلام، وتحليل اسبابها: حيث تبين ان صورة الاسلام لدي الغرب ترتبط بسوء الفهم والاحكام المسبقة والحركات الأسلامية العنيفة بخلاف افتقاد الحوار بين الأديان، وقد اتضح انه في ظل الصورة السلبية للاسلام، واستمرار اسبابها، فان النتيجة المتوقعة هي انخفاض حجم التدفق السياحي نسبيا الي الدول العربية الاسلامية **خاصة مع وجود اختلاف ثقافي جوهري بين الحضارتين الغربية والاسلامية وعدم قبول هذا الاختلاف.**

ثانيا: ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين: حيث تم التعرض **لمظاهر تاثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية وتمثلت في قبول الاسلام للسياحة بانماطها المختلفة، وقد تبين ان ما يرفضه الاسلام هو ما يؤثر سلبا علي الثقافة والافراد** انطلاقا من مبدا لاضرر ولا ضرار بحيث **لا ينجم اثار سلبية للسياحة علي عناصر الثقافة المحلية والذي ياتي بصورة اساسية من خلال احترام السائحين لثقافة السكان المحليين، وهذا الاحترام من الممكن ان يلعب دورا كبيرا في تحقيق التفاهم و التعاون بين المقاصد العربية الاسلامية**، وغيرها بحيث يعود السائح باتجاه ايجابي نحو المجتمع المضيف وثقافته. **كذلك تم استعراض اثر الأسلام علي العلاقة بين السائح والمضيف في المقاصد العربية الاسلامية** واتضح ان **الاسلام لا يرفض السياحة**، وانما يشجعها كما تبين **اختلاف رؤية الدول العربية الاسلامية في قبول انماط معينة من السياحة في مقابل رفض انماط اخري، كما تم استعراض دور الإسلام فى النشاط السياحي.**

تبين ايضاً ان السياحة قد تحمل ايضا اثارا سلبية على منظومة المعتقدات والقيم الاصيلة في حال عدم احترام السائح لثقافة هذه المقاصد، **مما ينعكس علي زوال معالم الهوية الثقافية لها**، خاصة في عصر العولمة لذا فقد تناول الفصل ايضاً **__اثر السياحة الدولية علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل العولمة__** وقد **تبين ان** الدول النامية –ومنها الدول العربية الاسلامية، لا تملك من القوة الاقتصادية والسياسية ما تستطيع به الدفاع عن هويتها وبعبارة اخري فقد **تبين ان السياحة الدولية تحمل كل ايجابيات وسلبيات العولمة** خاصة وانه من المعروف ان المقاصد السياحية غالبا ما قد تسعي الي ارضاء رغبات السائحين وتوقعاتهم علي حساب عناصر الهوية الثقافية للمقصد **من خلال دخول بعض الكلمات الاجنبية في التعامل اليومي بين افراد مجتمعات المقاصد بالاضافة الي تاثرالمضيفين بسلوكيات السائحين غير المتوافقة مع تعاليم الدين الاسلامي** مما ينعكس في صورة تحقيق نوع من التجانس واللااختلاف بين المقاصد السياحية **ويضر بالطابع الثقافي الاصيل** بما لا يحمل للسائح احساسا بالتغيير.

الفصل الخامس
محددات القدرة التنافسية
للمقاصد العربية الاسلامية

الفصل الخامس

محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية

مقدمة:

اصبح التعرف علي الموقف التنافسي للمقصد بين المقاصد المختلفة الوسيلة التي يمكن من خلالها ابراز نقاط قوته في ظل المنافسة الدولية؛ لذلك فان الموقف التنافسي للمقصد السياحي يعد من اهم العوامل المحددة لنصيبه النسبي من الايرادات السياحية الدولية.

ويسعي هذا الفصل الي التعرف علي محددات القدرة التنافسية لصناعة السياحة في المقاصد العربية الاسلامية من خلال معرفة نقاط القوة والضعف التي تتسم بها هذه المقاصد، وتحديد المزايا التنافسية لها بما يتيح للقائمين علي التنمية السياحية الاستخدام الامثل للفرص المتاحة لوضع الاستراتيجيات المؤهلة من اجل اقامة مركز تنافسي مميز لهذه المقاصد داخل السوق السياحية الدولية فضلا عن تعظيم الاثار الاقتصادية المحققة من السياحة الدولية بصورة مستدامة.

تمهيد:

مما لاشك فيه ان البقاء طويل المدي للمقاصد السياحية في ظل ظروف المنافسة المتزايدة في السوق الدولية يعتمد علي مركزها بين المقاصد المنافسة؛ لذلك يسعي هذا الفصل الي القاء الضوء علي العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية من خلال **تحديد مفهوم تنافسية المقاصد Destination competitiveness واسباب عدم وضوحه** كخطوة اولي نحوالتعرف علي محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية، ثم **استعراض** عدد من المساهمات الرائدة في هذا المجال، واخيرا يتم تناول **محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية.**

<u>اولا: مفهوم تنافسية المقاصد واسباب عدم وضوحه:</u>

من الضروري في البداية الاشارة الي صعوبة تحديد مفهوم تنافسية المقاصد السياحية؛ ويمكن ارجاع تلك الصعوبة الي سببين رئيسيين يتم ايضاحهما كما يلي.

أ- تعدد مداخل البحث في تنافسية المقاصد:

اشار Dwyer, L. & Kim, C. 2003 الي ثلاثة مداخل، تم من خلالها تناول مفهوم تنافسية المقاصد السياحية:

١- مدخل الادارة اوالمدخل الاستراتيجي

strategy and management perspective:

ويتعلق الامر **هنا بالربط بين** امكان تحقيق المقصد مركز تنافسي مميز في السوق الدولية، **وتنافسية المؤسسات السياحية** المتواجدة بالمقصد Firm-specific factors سواء اكانت حكومية، اوخاصة . public- and private-sector

وقد اشارت دراسة Dwyer,L & Kim, C. 2003 الي الارتباط الوثيق بين امكان تحقيق المؤسسات السياحية ميزة تنافسية وبين امكان تحقيق ميزة تنافسية للمقصد. وقد اكدت دراسة Szivas (1999) ذلك عندما اشارت الي ان **العمالة الماهرة بالمؤسسة** يمكنها ان **تسهم في تحقيق ميزة تنافسية** ليس فقط للمؤسسة وانما **للمقصد ككل**[1].

لذا **تسعي المؤسسات السياحية الي تحقيق ميزة تنافسية من خلال الاستغلال الامثل لمواردها واصولها البشرية human (مثل مهارات العاملين)، وغير البشرية non -human (مثل راس المال) بخلاف تطويراساليب العمل بالمؤسسة.**[2]

٢- مدخل تنافسية السعر:

من المعروف ما للسعر من تاثير علي الطلب السياحي الدولي حيث توجد علاقة عكسية بين السعر، والكمية المطلوبة من السلع

1- Gruescu, R., Nanu R. & Pirvu, G., "destination competitiveness: a framework for future research", *Entelequia. Revista Interdisciplinar,* n° 9, primavera 2009, P. 200. (http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a10.pdf), accessed : Jan., 2011.

2- Dwyer, L. & Kim, C," Destination Competitiveness: Determinants and Indicators", *Current Issues in Tourism,* Vol. 6, No 5, 2003, P.373.

والخدمات حيث انه كلما انخفض سعر السلعة اوالخدمة كلما زادت الكمية المطلوبة منها؛ **لذا يفضل السائح زيارة المقاصد التي يقل فيهـــا انفاقـــه علي رحلته نسبيا.**(١)

وعليه فان الاسعار تعد من اهم العوامل المحددة للقدرة التنافســـية للمقاصد المختلفة حتي ان دراســـة Dwyer,L. , Forsyth,P. & Rao, P.2000 اشارت الي ان **تنافسية المقصد تتحـــدد بعوامـــل ســـعرية، واخري غير سعرية** .price and non-price factors؛ كما **قامت نفس الدراسة بتعريف التنافسية** بانها "**مفهوم عام يتضـــمن تمييـــزا ســـعريا** مرتبطا بسعر الصرف، ومستويات انتاجية من مكونـــات متنوعـــة مـــن صناعة السياحة، وعوامل كيفية اخري تؤثر علي جاذبية المقصد".(٢)

يري ايضا Vengesayi, S. 2003 ان السعر يعـــد مـــن اهـــم محـــددات التمييـــز بـــين المقاصـــد المتنافســـة destination price differential (٣)؛ ولذلك فانه **من اجل تحقيق ميزة تنافسية لابـــد مـــن تقديم ميزة سعرية للمستهلك، اوخدمات ومزايا اضافية تبـــرر تقـــديمها باسعار مرتفعة** مثلما اكد علي ذلك Porter 1980.(٤)

وهناك جوانب متعددة يمكن من خلالها تناول مسالة تاثيرالاسعار في تحديد تنافسية المقصد اهمها **اسعار اوتكلفـــة الخـــدمات الســـياحية،**

1- Azzoni, C.R. & De Menezes, T.A. (2009) ," Cost competitiveness of international destinations" , *Annals of Tourism Research* 36, 2009 , P.719.

2- Dwyer, L., Forsyth, P. and Rao, P. ," The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations" , ***Tourism Management*** , Vol., 21 , no. 1, 2000, p.21..

3- engesayi, S, "A Conceptual Model of tourism destination competitiveness and attractiveness" **ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003**, p.643.

4- Lee, C.F., & King, B., "Assessing Destination Competitiveness: An Application to the Hot Springs Tourism Sector ",***Tourism and Hospitality Planning and Development***, Vol. 3 , no.3. p.13. (http://eprints.vu.edu.au/2039) , accessed : : Jan 2011.

واسعار **الصرف** والتغيرات فيها بين البلد الاصلي للسائح وبين المقصد السياحي.

لذلك فقد اشار Azzoni,C.R.& De Menezes,T.A.(2009) الي **ان تكلفة الخدمات السياحية المقدمة تمثل احد العوامل الهامة في تحديد تنافسية المقصد سواء تلك المتعلقة بتكلفة السفر** من والي المقصد؛ **اوباسعار الخدمات التي يحصل عليها السائح داخل المقصد ground costs** (*) مثل الخدمات المتعلقة بالبنية الاساسية، والنقل الداخلي، وخدمات الاقامة، والاغذية والمشروبات، والترفيه، **وتتاثر تكاليف هذه الخدمات** ببعض السياسات الحكومية خاصة تلك المتعلقة **بالضرائب** التي تفرض عليها **تنعكس في صورة ارتفاع اسعارها**[١]؛ لذا اشار Buhalis , D. 2000 الي ان **السياسات الاقتصادية** التي تمارس داخل المقصد، **والظروف الاقتصادية للسوق الدولية تنعكس بالضرورة علي مسالة تسعير السلع والخدمات السياحية في المقصد**[٢]؛ وقد ظهر ذلك بوضوح في السياسات السعرية التي اتخذتها المقاصد المختلفة جراء الازمة المالية العالمية ٢٠٠٨ (**).

اما بالنسبة لاسعار الصرف فقد اشارت جليلة حسنين ١٩٩٤الي ان تاثيره ينعكس اما علي مستوي الطلب السياحي الدولي **(كمتغير مستقل)**، اومن خلال تاثيره علي سعر الرحلة السياحية، اوعلي الاسعار النسبية بين البلد الاصلي للسائح والبلد المضيف. **حيث انه كلما انخفض سعر العملة الوطنية للمقصد السياحي امام العملات الاخري وخصوصا عملة بلد السائح كلما زادت الكمية المطلوبة التي يشتريها السائح من السلع والخدمات السياحية التي يقدمها المقصد**[٣].

---

* تستبعد من هذه التكاليف تكلفة السفر بالنقل الجوي.

1- Azzoni,C.R.& De Menezes,T.A,op.cit, pp. 719-720.

2- Buhalis , D, op.cit, , D.," Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, 2000, p. 110

** راجع الفصل الاول.

٣- جليلة حسنين، **الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر**،مرجع سابق، ص.٧٥

واخيرا فقد اشارت دراسة Vengesayi, S. 2003 الي ان هناك **بعض العوامل الاخري التي تؤثر علي التنافسية السعرية للمقاصد المختلفة مثل ظاهرة الموسمية** (1) حيث غالبا ما تنخفض الاسعار في موسم الكساد اوالازمات السياحية، وترتفع في موسم الرواج السياحي وهنا فان العبرة في تحقيق المقصد مركز تنافسي في هذه الظروف ترتبط بحكمة السياسات السعرية فعلي سبيل المثال فان الرؤية التي تم الاتفاق عليها من اجل مواجهة الازمة المالية العالمية كانت تضع في اعتبارها في مصر تقديم عروض مغرية وليس تخفيض الاسعار بصورة تؤدي الي الاضرار بالمنتج السياحي المصري.

وعليه فان **السعر يكتسب قيمته كاحد محددات القدرة التنافسية من خلال ادراك السائح للقيمة التي يعبر عنها السعر عبر ما تحمله الخدمة المقدمة من جودة.**

٣- مدخل ثقافي – اجتماعي – تاريخي(٢):

ويرتبط بقدرة المقصد علي منح زائريه تجربة سياحية عالية الجودة بالمقارنة بالمنافسين من خلال ما لديه من عناصر جذب متنوعة ثقافية، اجتماعية وتاريخية تمثل مزايا نسبية، وذلك عبر قدرة القائمين علي تخطيط هذه الموارد بما يعظم قيمتها ويجعل منها مزايا تنافسية للمقصد.

ولذا فقد اشارت دراسة Ritchie and Crouch 2000 ان عدم توافر الكثير من الامكانات لدي المقصد قد يكون فرصة لاستخدام اسلوب اكثر كفاءة في ادارة تكاليف تسويق المقصد cost- efficient من خلال التركيز علي اهداف تسويقية اكثر تحديدا، ولذلك فان دراسة Gomezelj and Mihalic, 2008 اكدت **ان اي ميزة نسبية اواية عناصر جذب لدي المقصد من الممكن فقدانها اذا لم تتم ادارتها بصورة ملائمة(٣).**

1- Vengesayi, S. , op.cit, p. 643.

2- Dwyer, L. & Kim, C., op.cit, P. 371.

3- Gomezelj, D.O., Mihalic, T., "Destination competitiveness—Applying different models the case of Slovenia", ***Tourism Management***, Vol. 29, issue.2, 2008, pp. 295-296.

ويشار دائما الي **العلاقة الوثيقة بين مفهومي جاذبية المقصد، وتنافسية المقصد** حيث يري Vengesayi, S. ان **فكرة الجاذبية تتعلق بادراك السائح لما يتمتع به المقصد من خصائص فريدة Attributes طبيعية، اومصنوعة** بما يجعله يعتقد في قدرته علي ارضاء احتياجاته، وبالتالي يصبح في اولويات اختياراته من بين عدد من البدائل **اي ان هذا المفهوم يعني بجانب الطلب.**

اما تنافسية المقصد فتتعلق بجانب العرض من حيث تحليل ومقارنة الخصائص الفريدة للمقصد بالمنافسين في اطار تخطيطها بما يسمح للسائح بالحصول علي تجربة سياحية مميزة عما يقدم المنافسون وبما يحول المزايا النسبية comparative advantages الي مزايا تنافسية competitive advantage للمقصد في السوق الدولية، وفي نفس الوقت استدامة تحقيق الرفاهة الاقتصادية للسكان المحليين[١]، مما يؤكد تعريف التنافسية لكل من Buhalis 2000 & Chen and Uysal (2002), بانها "جهد، وانجاز المقصد من اجل تحقيق الربحية طويلة المدي".

وعليه فان عملية تحليل مواطن الضعف والقوة تعد من اهم الخطوات نحوتحديد مكانة المزايا التنافسية(*)؛ لذا فانه من المطلوب تاسيس اطار عن الافضليات بالنسبة للمتنافسين في صفات معينة.

وقد ذكر Kotler واخرون ٢٠٠٦ ان تحديد مكانة المزايا التنافسية positioning: يتم من خلال اختيار المزايا التنافسية الصحيحة (خاصة المزايا الفريدة)، ثم الاتصال الفعال لتوصيل المكانة المختارة للقطاعات السوقية المستهدفة.[٢]

لذا فان **النجاح طويل المدي للمقصد السياحي يكمن في تقديم مزايا محددة تمكن السائحين من اختيار المقصد من اجلها بما يضمن رضا السائحين**

1- Vengesayi, S. , op.cit, 638-639

* هذا ما سوف يتم تناوله في هذا الفصل.

٢- داليا زكي، **الوعي السياحي والتنمية السياحية**، نفس المرجع السابق، ص ٨٥، ٨٦.

عن المنتج السياحي كاساس اما لاعادة زيارة المقصد اوالترويج له من خلال الكلمة المنطوقة الايجابية positive word of mouth [١]

وبخلاف المداخل الثلاثة السابقة هناك مدخل اخر هومدخل الاستثمار الاجنبي المباشروالذي يهتم بالعوامل المحددة لمنـــاخ الاســـتثمار [*] كمعـــايير موضوعية يمكن علي اساسها المقارنة بين المقاصد المختلفة بما يسهم بصورة اكبر في تحديد المزايا التنافسية للمقصد السياحي ازاء منافسيه.[٢]

ب: <u>طبيعة المقصد السياحي نفسه</u>:

يقدم المقصد السياحي لزائريه منتجا سياحيا معقدا متعدد المصدر يؤثر كل منها في تجربة السائح، وهذا التنوع في مصدر تجربة السائح يخلق تجربة فريدة ومميزة لكل سائح علي حدة مما يمثل صعوبة في ادارة المنتج الذي يقدمه المقصد للسائح بصورة تحقق له مركزا تنافسيا مميزا في اذهان السائحين. **<u>كذلك فان نتيجة الطبيعة المركبة للمنتج الذي قدمه المقصد لزائريه فانه من الطبيعي الا يوجد اتفاق في اهداف المؤسسات المختلفة المسئولة عن تقديم هذا المنتج مما يعدد مفاهيم واهداف التنافسية لدي كل منها مثل</u>** هدف تحقيق الربح الذي يسعي اليه القطاع الخاص وبين اهداف تحقيق بعض الفوائد البيئية والاجتماعية والتي تعد مسئولية مؤسسات القطاع العام خاصة ان شرط الحفاظ علي المركز التنافسي للمقصد في السوق الدولية بالمقارنة بالنسبة للمنافسين تتوقـــف علـــي قدرته علي ادارة الموارد بما يسهم في خلق القيمة المضافة للمنتج السياحي مع العمل علي استدامة موارده والاحتفاظ به للاجيال القادمة.[٣]

1- Zaki, D., "Egypt Competitive Advantage: Introducing attribute Importance and Performance", **Proceedings of the 26th EuroCHRIE Conference, Dubai, 11-14 October 2008**.

* مثل توفر البنية الاساسية، الموارد البشرية، تنافسية الاسعار، التكنولوجيا، الانفتاح للسياحة.

2- Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G, " Destination competitiveness of middle eastern countries: an examination of relative positioning", ***Anatolia***, Vol. 20, No.1 , 2009 pp. 154 , 155.

3-Crouch , G.I., " Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", Journal of Travel Research , published online 19 March 2010, p. 1

وبناء علي ما تم استعراضه من صعوبة تحديد لمفهوم التنافسية واسباب ذلك فقد كان من الصعب وجود تعريف محدد ومتكامل لتنافسية المقاصد حتي مع وجود بعض المحاولات لتحديد مفهومها حيث عرفها Ritchie & Crouch 2000 , حيث اشار الي ان تنافسية المقصد هي" قدرة المقصد علي خلق قيمة مضافة وزيادة الثروة القومية من خلال ادارة الموارد والعمليات، الجاذبية والتقارب الجغرافي ثم بتكامل هذه العلاقات معا في نموذج اقتصادي/ اجتماعي ياخذ في اعتباره راس المال الطبيعي للمقصد والاحتفاظ به من اجل الاجيال القادمة".[١]

كما عرفها Dwyer, Forsyth Z& rao 2000 علي انها " مفهوم عام يتضمن تمييزا سعريا وسعر صرف مناسب ومستويات انتاجية لمكونات صناعة السياحة المختلفة وعوامل كيفية تؤثر جميعا في جاذبية المقصد". كماعرفها ايضا Hassan 2000 علي انها" قدرة المقصد علي خلق وتكامل منتجات ذات قيمة مضافة تؤدي الي استدامة موارده والاحتفاظ بمكانته النسبية في السوق بين المنافسين".[٢]

كما عرفها Buhalis 2000; Chen and Uysal (2002), علي انها مجهود وانجاز لربحية طويلة المدي[٣]

وبناء علي كل ما تقدم يمكن اقتراح تعريف تنافسية المقصد علي انها " امكان المقصد تحديد مكانة مميزة لنفسه في ذهن السائح المحتمل، و بما يمنح السائح الحالي تجربة سياحية ترضي توقعاته واحتياجاته من خلال الاستغلال الامثل لما لديه من مزايا فريدة طبيعية او مصنوعة وتحويلها لمزايا تنافسية او تقديم ميزة سعرية تقابل ما يتلقاه السائح من خدمة بما يمكن المقصد من البقاء طويل المدي في السوق السياحية الدولية"

بناء علي ما تم عرضه يتضح ان تنوع مداخل تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، بخلاف الطبيعة المركبة للمنتج السياحي الذي يقدمه

1- Gomezelj, D.O., Mihalic, T., op.cit, p. 295.
2- Dwyer, L. & Kim, C., op.cit
3- Zaki, D., Op.cit.

المقصد لزائريه هوالسبب الرئيسي في تنوع اسـهامات البـاحثين فـي وضع تصوراتهم حول محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية، وهذا ما سوف يتم القاء الضوء عليه كما يلي.

ثانيا : محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية وفقا لاسهامات الباحثين:

قام عدد من الباحثين بتناول محددات القدرة التنافسـية للمقاصـد السياحية من خلال قيامهم بتصميم نماذج توضح هذه المحددات، ولـذلك سوف يتم استعراض اهم هذه الاسهامات مع وضع بعـض الملاحظـات حولها.

١ـ نموذج Heath (2002):

اولا : يتضمن النموذج محموعة من العوامل تمثل محددات القدرة التنافسية للمقاصد وهي:

أـ الاسس foundations وهي تشمل:

١- عناصر الجذب الاساسيةkey attractors (مثـل الثقافـة، التـاريخ، الاحداث الخاصة، الترفيه)

٢- مرتكزات لاغني عنها fundamental non - negotiables مثل الامن الشخصي والرعاية الصحية.

٣- عناصر تمكين enablers مثل البنية الاساسية.

٤- عوامل معززة value adders مثل موقع المقصد – والتكلفة المناسبة value for money

٥- تسهيلات facilitators مثل الاقامة وخطوط الطيران.

٦- عوامل اثراء التجربة experience enhancers مثل كرم الضـيافة والتجارب الاصيلة.

بـ عوامل داعمة the cement:

الاتصالات، المعلومات والبحوث، شركاء الصناعة stakeholders، الشراكة والاتحادات.

جـعوامل ضرورية لامكان حدوث السياحة داخل المقصد building blocks وتشمل اطار وسياسة للتنمية المستدامة علي اساس بعيد المدي (الاطار التشـريعي– الاطار المؤسسي والمالي– مناخ الاستثمار)

د- محركات نجاح اساسية the roof وهي تضم المـوارد البشـرية people، والارادة السياسية – والتركيز علي المجتمع المحلي.[1]

٢- نموذج Dwyer & Kim 2003، Dwyer et al 2004

اولا: مكونات النموذج:

يتكون هذا النموذج من عنصرين اساسيين يمثلان محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية وهما:

١- الموارد Resources: **وتمثل عناصر المنتج السياحي المقدم من المقصد للسائحين:**

أ- موارد موروثة (موارد طبيعية مثل المنـاخ، الفلـورا والفاونـا، المناظر الطبيعية، وموارد تراثية مثل ثقافة المقصـد وتاريخـه، المطبخ، الفنون والموسيقي، والمتاحف المنتجات الحرفية، العادات والتقاليد، الملامح المعمارية).

ب- الموارد المصنوعة وتضم مؤسسات الاقامة والمطاعم، وبعـض الانشطة المنظمة مثل الاحداث الخاصة، والتسوق والترفيه).

ج- موارد اوخدمات مساندة (**البنيـة الاساسـية العامـة**، وسـهولة الوصول للمقصد اما عن طريق توافر وسائل النقـل اوسـهولة اجراءات الدخول وتوفر الفيزا والخدمات الصحية، **بالاضافة الي جودة الخدمات**، واتجاهات **السـكان المحليـين** نحوالسـائحين- **والاتصالات التسويقية** مع الاسواق المشتركة مع المقصد في اللغة والدين، والثقافة، والعرق.

ويشير النموذج الي وجود ارتباط وثيق بين الموارد (الموروثـة والمصنوعة) وبين الموارد اوالخدمات المساندة حيث تمثل الاخيرة قيمـة مضافة للمنتج السياحي الذي يوفره المقصد حيث يعـد وجـود المـوارد الطبيعية والثقافية غير كاف وحده من اجل تشجيع الزيارات فـي حـال غياب الخدمات المساندة التي تسهم في تمكـين السـائح مـن الزيـارة وتسهيلها.

1- Crouch, G.I, op.cit 2010, p.3.

راجع ايضا . Dawyer & kim 2003 , op.cit , pp 376- 377

٢ـ ادارة المقصد Destination management:

حدد النموذج مسئولية القطاعين العام والخاص في ادارة المقصد، وتتمثل مهام ادارة المقصد في مسئوليات التخطيط سواء للموارد البشرية اوغير البشرية، التسويق، تنسيق اهداف المؤسسات السياحية المختلفة في اطار استراتيجية التنمية السياحية.

كما تتعلق ادارة المقصد بوجود المعلومات وادارتهـا واسـتخدام القوي التكنولوجية خاصة الانترنت بصـورة فعالـة لفهـم احتياجـات السائحين.

كما يتطلب ذلك النموذج بيئة عمل اقتصادية وقانونيـة تنافسـية competitive environment تتسم بالشفافية بين المؤسسـات سـواء داخل المقصد اودوليا globally، بالاضافة الي ضـرورة وجـود دعـم حكومي للقطاع السياحي من الدولة، كما لا يمكن للمقصـد ان يتجاهـل اهمية كل من تنافسية السعر، وتوفير الامن والامان للزائر .

ويلاحظ وجود علاقة تبادلية وثيقة بين عنصري تكوين النموذج؛ حيث تعتمد الزيارة الفعلية علي امكان تحقيق التوافـق بـين تفضـيلات السائح، وادراكه لمكونات المنتج السياحي الذي يوفره مما تؤثر في انماط تنمية الموارد وفقا لهذه التفضيلات.

ثانيا: اشار النموذج الي عدد من العوامل المؤثرة علي تنافسية المقاصد وترتبط بالعنصرين السابقين تؤثر فيها وتتاثر بها:

أ- العوامل الموقفية: تشمل **الاحداث** والقوي خارج المقصـد، والتـي لا يستطيع التحكم فيها ومن الممكن ان تسهم اما في زيادة امكانية المقصـد نحوتحقيق مركز تنافسي مميز اواعاقة ذلك.

ب- ظروف الطلب ويشمل:

١- **وعي** السائحين بالمقصد: ويتعلق الامـر بالأنشـطة التسـويقية للمقصد.

٢- **الادراك والتفضيلات:** ويتاثر الادراك بالصورة السياحية القائمـة The image ومن ثم التاثير علي امكان زيارته شريطة ادارتها باسلوب جيـد مـن خـلال تحديـد مكانـة المزايـا التنافسـية Positioning واختيار علامـة تجاريـة للصـورة السـياحية Branding.[1]

1- Dwyer, L. & Kim, C., OP.CIT, 2003.

٣- نموذج ٢٠٠٧ Mazanec, Wöber and Zins

قام هذا النموذج علي اساس كل من دراسة Gooroochurn and Sugiyarto (2005)، وايضا الاسهام الذي قامت بـه WTTC لوضـع محددات لتنافسية المقاصد السياحية مثل التراث والثقافـة (عـدد مواقـع التراث العالمي كما حددها اليونسكو، البنية الاساسية، تسهيلات الاتصال، الانفتاح نحوالسياحة، تنافسية الاسعار خاصة اسـعار الفنـادق، بعـض العوامل المتعلقة بالموارد البشرية مثل متوسط دخل الفرد الحقيقي،نسـبة التعليم، وبعض العوامل البيئية(١)

٤- نموذج Gomezelj, D.O. Mihalic T. 2008

يقوم هذا النموذج علي اساس نموذج Dwyer et al. (2003)(٢) الا انه لا يربط بين محددات القدرة التنافسية للمقصـد السـياحي، وبـين مؤشرات الرفاهة الاقتصادية كما في النموذج الاساسي(٣)، والتى تمثلـت في بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الزيادة المحققة في معـدلات النموالاقتصادي، دخل الفرد الحقيقي.(٤)

٥- نموذج Crouch , G.I, 2010 (٥):

يقوم هذا النموذج علي اساس قدرة المقصد علي تحويل المزايا النسبية لمزايا تنافسية، واشار الي ان محددات تنافسية المقاصد تتاثر بنوعين من العوامل هي القوي الدولية كالحوادث الارهابية وظروف الاقتصاد الدولي والاتجاهـات الثقافية والديموجرافية، والقوي اوالعوامل الداخلية والتي تؤثر علـي كـل اداء وظائف النظام السياحي داخل المقاصد وهي تنقسم الي:

١- **محددات مؤهلة** : الموقع- الامن والامان، الوعي / الصورة السياحية، وكذا الطاقة الاستيعابية.

1- Mazanec, J.A., Wober, K. & Zins , A.H., " Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?", ***Journal of Travel Research*** , Vol. 46, August, 2007, pp. 86-95.

2- Gomezelj, D.O., Mihalic ,T., op.cit, p.297-298

3- Ibid, p. 296.

4 -Dwyer & kim, p. 380.

5 - Crouch, G.I., "op.cit, p 3-4.

٢- **سياسة تخطيط وتنمية المقصد** وتشمل : الرؤية الاستراتيجية والفلسفة التي يتبناها النظام السياحي لتنمية وتخطيط السياحة الدولية وتحديد مكانة المزايا التنافسية والعلامة التجارية للمقصد.

٣- **ادارة المقصد** : تتعلق بصورة رئيسية بالتسويق، ادارة الازمات، ادارة الموارد البشرية – ادارة الزائر وحماية الموارد.

٤- **الموارد الاساسية وعناصر جذب** بخلاف البنية الفوقية.

٥- **عوامل وموارد مساندة** وتتعلق بالبنية الاساسية، وامكان الوصول للمقصد بخلاف كرم الضيافة والارادة السياسية لتنمية السياحة.

٦- **دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism (Competitiveness Index TTCI):**[١]

في عام ٢٠٠٧ اطلق المنتدي الاقتصادي العالمي World Economic Forum (WEF) دليلا لتنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) [*]، والذي قام بتغطية ١٢٤دولة حول العالم.[**]وقد استهدف الدليل المساهمة في فهم افضل لاسباب

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009:, (https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_Full**Report**.pdf) , accessed: Dec., 2010.

* كان هناك اسهام بعض الهيئات مثل World Travel and Tourism Council (WTTC) والتي قسمها Gooroochurn and Sugiyarto (2005) الي عدد من المؤشرات تتعلق بعدة جوانب منها السعر، الاثار الاقتصادية والاجتماعية، التكنولوجيا، الموارد البشرية، البنية الاساسية، الانفتاح، والتنمية الاجتماعية، وذلك في تقييم تنافسية ٩٣ دولة في العالم وكانت البداية لوضع نموذج اكثر شمولا، وتفصيلا لمحددات تنافسية المقاصد استنادا لنموذجي WTTC and Gooroochurn and Sugiyarto (2005)، وهويقوم علي عدد من العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والتكنولوجية، والبيئية وبخلاف اسهامات الباحثين، ودليل تنافسية السفر السابق ذكرها خاصة اسهامWTTC والذي لم يوضح المقصود بالمؤشرات التي تناولها بشكل مفصل، لمزيد من المعلومات راجع :

- Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins , A.H.,..,op.cit, pp. 87,88.

** تم اصدار هذا الدليل بالتعاون بين الاياتا، وUNWTO، وWTTC، كما تم جمع البيانات من مصادر متعددة مثل الاياتا، والايكاو، وUNWTO، وwttc unesco

نمونشاط السياحة والسفر في بعض الدول وتراجعه في دول اخري، ويقيس هذا الدليل العوامل والسياسات التي تصنع تنمية سياحية في الدول المختلفة، وهويفيد ايضا في التعرف علي تحديد المركز التنافسي للمقاصد المختلفة في السوق الدولية وكيف يتغير من عام لاخر واسباب هذا التغير وما هي نقاط قوة الدولة وضعفها في مجال المنافسة السياحية الدولية.

ويتميز هذا الدليل انه يتكون من اربع عشرة قائمة اساسية لتنافسية السفر والسياحة مفصلة وموضحة بعدد من المحددات الفرعية الواضحة نسبيا وهي:

١- **قواعد وتنظيمات السياسة السياحية**: وتبدواهمية هذا العنصر في توضيح الدور الذي تلعبه الحكومة في دعم القطاع السياحي اواعاقته من خلال السياسات التي تقوم بوضعها فيما يتعلق بقواعد انتشار الملكية الاجنبية، اثر قواعد الاعمال علي الاستثمار الاجنبي المباشر، حقوق الملكية، متطلبات الفيزا، اتفاقيات خدمات النقل الجوي الثنائية، المدة المطلوبة لبدء الاعمال، تكلفة بدء الاعمال، بالاضافة الي شفافية السياسات الحكومية، وقد اضيف الي تقرير عام ٢٠١١ بند يعرف باسم اتفاقيات الجاتس يتعلق بمدي السهولة في التوافق مع قواعد تحرير تجارة الخدمات السياحية.

٢-**الاستدامة البيئية**: ويعد هذا العنصر شديد الاهمية في تحقيق ميزة تنافسية للمقصد؛ اذ انه يضمن ان تستمر جاذبية المقصد في عيون السائحين في المستقبل علي المدي البعيد، ويتعلق الامر هنا بضرورة التاكيد علي صرامة القواعد البيئية، الالزام بهذه القواعد، استدامة التنمية السياحية، والاتفاقات البيئية، بالاضافة الي بعض العناصر الاخري.(*)

٣- **الامن والامان** : ويعد من اكثر العناصر اهمية في تحديد تنافسية المقصد، حيث تقل جاذبية المقصد في عيون السائحين حينما يشتهر بالحوادث الارهابية، اوتنتشر فيه الجرائم خاصة اذا كانت موجهة ضد السائحين، وقد وضع الدليل في اعتباره هنا المسائل المتعلقة بتكاليف

---

* يتعلق الامر هنا ببعض العناصر مثل انبعاث ثاني اكسيد الكربون، تركيزات مواد معينة، اصناف الاحياء المهددة بالانقراض.

مكافحة الارهاب، مدي كفاءة الاعتماد علي خدمات الشـرطة، تكـاليف مكافحة الجريمة واعمال العنف، حوادث الطرق وكلها عوامل تتعلق بامن وامان المقصد وتؤثر فيه.

٤- **الصحة العامة:** ويعد هذا العنصر من الاهمية فـي تـوفير الراحـة للمسافرين والاطمئنان علي صحتهم اثناء الرحلة، حيث انه لابد ان تتوفر للقطاع الصحي في الدولة القدرة علي ضمان ذلك للسائحين، ويقاس ذلك بمدي توافر الاطباء، اسرة المستشفيات، بالاضافة الي امكان منع تفشـي الامراض والوصول للخدمات الصحية، ومياه شرب نقية.

٥- **اولوية السفر والسياحة** : ويمكن لهذا العنصر تحقيق ميزة تنافسـية للمقصد من خلال وضع الحكومة للسياحة والسفر كاحد اولويات التنمية، سواء بزيادة حجم انفاق الحكومة علي السفر والسياحة،او، فعالية التسويق، بالاضافة الي حجم التواجد في معارض السياحة والسفر. وفي عام ٢٠١١ تم استبدال المعارض السياحية ببند يعرف باسم فعالية التسويق والترويج، كما اضيف بندان هما شمولية بيانات السياحة والسفر السنوية، وسـرعة اتاحة بيانات شهرية.

٦-**البنية الاساسية للنقل الجوي:** ويضمن هذا العنصرتسهيل الوصـول للمقصد بل والانتقال بين اكثر من مقصد ويتطلـب ذلـك جـودة البنيـة الاساسية للنقل الجوي، توافرالمقاعد المتاحة للسفر الدولي، وكذلك المقاعد المتاحة للسفر الداخلي، كثافة المطارات، عدد خطوط الطيران العاملـة، شبكة النقل الجوي الدولية،عدد الرحلات المغادرة لكل ١٠٠٠ نسمة.

٧- **البنية الاساسية للنقل البري** وتكمن اهميتها فـي تسـهيل انتقـالات السائح داخل المقصد وتتضمن كلا من الكثافة والجودة في الطرق، البنية الاساسية للسكك الحديدية، البنية الاساسية للموانيء.

٨- **البنية الاساسية السياحية** : ويتطلب توافر عدد كاف مـن الغـرف الفندقية، مدي تواجد شركات ايجار سيارات، خدمات الفيزا كارد ATM.

٩- **البنية الاساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات** وتبرز اهمية هذا العنصر في عصر المعلومات في التخطيط لبرنامج الرحلة، بيع الرحلات والغرف الفندقية ويقاس مدي تاثير هذا العنصر علي تنافسية المقصد من

خلال حجم استخدام شبكة الانترنت في الاعمال، عدد مستخدمي الانترنت وخطوط التليفون، عدد مشتركي الانترنت، والتليفون المحمول.

١٠- تنافسية الاسعار في صناعة السياحة والسفر تعد الاسعار من اهم عناصر ابراز القدرة التنافسية للمقصد حيث ان انخفاض تكلفة الرحلة يزيد من جاذبية زيارة المقصد لدي السائح ويقاس ذلك بحجم الضرائب علي تذاكر السفر ورسوم المطارات، تعادلية القوة الشرائية(*)، ومستويات اسعار الوقود، اسعار الفنادق.

١١- الموارد البشرية تبرز اهمية الموارد البشرية في كونها العنصر الهام الذي يمكن النشاط السياحي من النمووالتطور والمتمثلة في وجود قوة عمل كفء لادارة الصناعة، ومن اهم المعايير التي تكفل للموارد البشرية ان تمثل ميزة تنافسية للمقصد : توافر جودة النظام التعليمي، اتاحة خدمات البحث والتدريب محليا، كثافة التسجيل للتعليم الاساسي وللتعليم الثانوي، ممارسات التشغيل وانهاء العمل، تسهيل تشغيل العمالة الاجنبية، حجم تدريب العمالة، مدي انتشار الايدز في المجتمع، واثاره علي الاعمال، بالاضافة الي عنصر متعلق بمتوسطات العمر المتوقعة للافراد الذين تتمثل فيهم قوة العمل السياحية.

١٢- مدي قبول السياحة يحدد هذا العنصر مدي تفتح مجتمع وقبوله للسياحة وللزائرين الاجانب، ويتضمن ايضا اتجاهات السكان المحليين نحوالزائرين الاجانب، ومدي توافر رحلات الاعمال، ويعد من اهم عناصر تحقيق تنافسية المقصد اذ ان ذلك يسمح بتدفق السائحين الاجانب للمقصد مما ينعكس ايجابا علي حجم الانفاق السياحي ومساهمته في الناتج المحلي الاجمالي، كما يعطي مؤشرا لاهمية السياحة كاحد قطاعات الاقتصاد القومي.

١٣- الموارد الطبيعية يعد هذا العنصر احد اهم العناصر التي تحقق ميزة تنافسية للمقصد الذي يتميز بثراء موارده الطبيعية، وتقاس اهمية هذا العنصر وفقا لعدة معايير منها عدد مواقع التراث الطبيعي الدولي وفقا لما

---

* يعبر هذا المفهوم عن طريقة تستخدم لقياس التوازن بسعر الصرف بين عملتين وتحقيق المساواة بين العملات، وهو يساوي القوة الشرائية لمختلف العملات في بلدانها الاصلية لسلعة او خدمة معينة وكثيرا ما تستخدم لمقارنة مستويات المعيشة من بلدين أو أكثر، لمزيد من المعلومات راجع:(http://ar.wikipedia.org/wiki)

اوردته اليونسكوفي قائمتها[١]، عدد المحميات الطبيعية، جودة البيئة الطبيعية، اصناف الاحياء المعروفة.

١٤- الموارد الثقافية وتمثل الموارد الثقافية عنصرا شديد الاهمية في تحقيق ميزة تنافسية للمقصد وتقاس بعدد مواقع التراث الثقافي الدولي وفقا لليونسكو، عدد الاستادات الرياضية، عدد المعارض الدولية، صادرات الصناعات الابداعية.

وقد تم تنظيم القوائم الاربع عشرة في ثلاث مجموعات رئيسية هي:

ا- الاطار التنظيمي (وتضم القوائم من ١- ٥).

ب- البنية الاساسية البيئية والاعمال (القوائم من ٦-١٠).

ج- الموارد الطبيعية والثقافية (وتضم القوائم من ١١- ١٤).(*)

ملاحظات علي النماذج السابقة:

اولا: اشارت دراسة Zins, A. H., Wöber, k. & Mazanec, J.A. (2007) الي ان المحاولات السابقة(**) افتقدت الشمول لكافة العوامل

١- هي معالم تقوم لجنة التراث العالمي في اليونسكو بترشيحها ليتم إدراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو. هذه المعالم قد تكون طبيعية، كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان، كالبنايات والمدن.انطلق هذا البرنامج عن طريق اتفاقية حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي والذي تُبني خلال المؤتمر العام لليونسكووالذي عقد في ١٦ نوفمبر ١٩٧٢ م. ومنذ توقيعها، فقد صادقت ١٨٠ دولة على هذه الاتفاقية. يهدف البرنامج إلى تصنيف وتسمية والحفاظ على المواقع ذات الأهمية الخاصة للجنس البشري، سواء كانت ثقافية أوطبيعية. ومن خلال هذه الاتفاقية، تحصل المواقع المدرجة في هذا البرنامج على مساعدات مالية تحت شروط معينة، لمزيد من المعلومات راجع مواقع التراث العالمي : ar.wikipedia.org/wiki

* اشار تقرير التنافسية ٢٠١١ الي احتمال تضمين قائمة جديدة الي القوائم الاربع عشرة هي " تغير المناخ" لتصبح عدد القوائم خمس عشرة قائمة الا ان نقص البيانات المتعلقة بهذه القائمة حالت دون تضمين هذه القائمة داخل التقرير، لمزيد من المعلومات راجع :

World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, http://www.ftnnews.com/attachments/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf, accessed: May, 2011

** يقصد المحاولات التي اشارت لها دراسة Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins , A.H (2007).

المحددة لتنافسية المقاصد كما ان اسهام كل من Ritchie and Crouch, Dwyer and Kim (2003) يضع مفاهيم للتنافسية اكثر من كونها عوامل محددة لتنافسية المقاصد.(١)

ثانيا: يلاحظ من النموذجين Crouch , G.I, ،Dawyer & Kim 2003 2010 ان تنافسية المقصد تمثل هدفا جزئيا نحوتحقيق الهدف الاساسي المتمثل في تحقيق الرفاهة الاقتصادية الاجتماعية للسكان المحليين لذا يربط بين محددات القدرة التنافسية للمقصد السياحي ومؤشرات الرفاهة الاقتصادية وتتمثل مؤشرات تنافسية المقصد في جاذبيته في عيون السائحين كمؤشر كيفي، وفي ما يحققه المقصد من نصيب سوقي، وايرادات سياحية كمؤشر كمي .(٢)

ثالثاً: يتميز دليل تنافسية السياحة والسفر عن غيره من النماذج السابق ذكرها بان مؤشرات التنافسية التي يقوم باستخدامها تتسم بوضوحها مما يتيح امكان استخدامها للمقارنة بين المقاصد المختلفة، ويسمح الدليل بتقديم معلومات مفيدة لكل من القطاع الحكومي، والاعمال **بما يمكنهم من اتخاذ قرارات لتطوير بيئة اعمال السياحة والسفر** وذلك وفقا ل WEF 2007 (٣)

وفيما يلي سوف يتم تناول محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية ذات النصيب النسبي الاهم في كل من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية، وذلك بناء علي: دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI) لعامى ٢٠٠٩ ، ٢٠١١ والذي استطاع تقييم تنافسية ١٣٣، ١٣٩مقصد سياحي علي الترتيب.(*)

---

1 - Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins, A.H.,., op.cit, p. 88.

2 - Dwyer & kim, p. 380.

3 - Crouch, G.I., op.cit , p.4.

* ان اي دولة تحقق نفس ترتيبها في اية ميزة تنافسية عام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ فهذا يشير الي تقدم مركزها نسبيا نظرا لزيادة عدد الدول التي انضمت لجدول التنافسية.

ثالثا: محددات القدرة التنافسية للدول العربية الاسلامية.

لابد في البداية ان تتم الاشارة الي ندرة الدراسات التي تناولت محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية حيث اقتصرت علي دراسة Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G., 2009 والتي قامت بدراسة محددات القدرة التنافسية لعشرة مقاصد في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية منها مصر – الاردن – المغرب – اليمن، الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، الكويت، لبنان، البحرين.(*)

تم ذلك وفق ستة محددات للقدرة التنافسية للمقاصد السياحية من اجل تحديد المزايا التنافسية لهذه المقاصد بالاستعانة بالمعايير التي قامت WTTC بوضعها وهي : تنافسية السعر، البيئة، التكنولوجيا، الانفتاح، التنمية الاجتماعية، الموارد البشرية.

وقد اشارت النتائج الي ان كلا من مصر والاردن هي اكثر المقاصد التي تمتلك مزايا تنافسية تتعلق بالسعر، والبيئة تليها المغرب واليمن. كما يعد السعر والبيئة ايضا اكثر نقاط الضعف للمقاصد الاخري محل الدراسة.

كذلك اشارت النتائج الي ان الموارد البشرية، والتنمية الاجتماعية، التكنولوجيا تمثل نقاط ضعف للدول الاربع السابق ذكرها بينما تمثل مزايا تنافسية للدول الاخري محل الدراسة، وهي الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، الكويت، لبنان، البحرين.

اما بالنسبة للانفتاح نحو السياحة فقد اشارت النتائج الي ان مصر والاردن والكويت والامارات اكثر المقاصد تنافسية حيث لا تتطلب دخولها فيزا من غالبية الزائرين ومفتوحة للتجارة والسياحة كما ان الضرائب علي التجارة الدولية في هذه الدول اقل من غيرها في الدول الاخري محل الدراسة.[1]

واستنادا الي نتائج هذه الدراسة وما تم عرضه من اسهامات الباحثين يتضح اهمية وجود معايير موضوعية يمكن علي اساسها

* تناولت الدراسة ايضا تحديد المزايا التنافسية لاسرائيل باعتبارها احدي المقاصد السياحية بمنطقة الشرق الاوسط.

1- Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G, op.cit. p.158-160.

التعرف علي محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية مما يشير الـــي اهمية التعرف علي محددات القدرة التنافسية لهذه المقاصد من خلال قوائم دليل تنافسية السياحة و**السفر نظرا لتوافر الموضوعية نسبيا في المعايير التي يضعها من اجل تحديد المزايا التنافسية للمقاصد المدرجة بالــدليل، ومن خلال الاستعانة بالدليل فقد تم تجميع كافة المزايا التنافسية وكــذا نقاط الضعف** التي من شانها تخفيض القدرة التنافسية للمقاصد العربيــة الاسلامية محل الدراسة، **ثم مقارنة نتائج ٢٠٠٩**(١) **بالنتائج المستخلصة من جدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١**(٢)وبناء عليه تم اســتخلاص النتائج التالية:

اولا : المزايا التنافسية:

أ- قواعد وتنظيمات السياسة السياحية:

١- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية محل البحث في متطلبات الفيزا حيث كان ترتيبها (١٦) في دليل التنافسية، تليها المغرب ثم **الاردن** ثم مصر، وهذا بلا شك يضمن تدفق عدد كبير مــن السائحين الي تلك المقاصد طالما توافرت سهولة اجراءات الدخول عبــر المنافذ المختلفة وقد حافظت تونس في ٢٠١١علي المركز الاول بــنفس الترتيب تليها الاردن.

٢- احتلت تونس المركز الاول عام ٢٠٠٩ في شفافية السياسات الحكوميــة بترتيب (١٥) يليها المملكة العربية السعودية ثم المغرب ثم الاردن، يشير ذلك الي وضوح التشريعات والقوانين والاجراءات المرتبطة ببدء وتنفيذ الاستثمارات في هذه الدول، وعدم تعقدها نسبيا مما ينعكس ايجابا علـــي مناخ الاستثمار السياحي،وفي عام ٢٠١١ ظلت تونس تحتل المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٢٠) في شفافية السياســات الحكومية تليها المملكة العربية السعودية.

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, op.cit.

2-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, op.cit, p.4.

٣- كما احتلت تونس ايضا عام ٢٠٠٩ المركز الاول في اثر قواعد الاعمال علي الملكية الاجنبية بترتيب (١٦) في دليل التنافسية تليها الاردن بترتيب (٤٤) ، وفي عام ٢٠١١حافظت تونس علي مركزها بترتيب متقدم (٦) في جدول التنافسية تليها المملكة العربية السعودية ثم الاردن.

٤- احتلت مصر المركز الاول ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في المدة اللازمة لبدء النشاط بترتيب (١٥) في دليل التنافسية تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية و المغرب ، والاردن ثم سوريا ، وتبدو اهمية ذلك في التاثير علي جذب الاستثمارات السياحية حيث انه كلما قل وقت بدء مزاولة النشاط كلما شجع المستثمرين علي اقامة مشروعاتهم في المقصد، اما عام ٢٠١١ حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب (٩) في المده المطلوبة لبدء الاعمال الي المركز تليها تونس ثم المغرب ثم الاردن وسوريا.

٥- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في ضمان حقوق ملكية المشروعات السياحية بترتيب (٢٣) في دليل التنافسية يليها سوريا ثم تونس ثم المملكة العربية السعودية، وهذا يشير الي ضمان المستثمر المحافظة علي ملكيته الخاصة باجراءات قانونية ميسرة ومضمونة بحيث يضمن اصحاب المشروعات حقوقهم في حال وجود اي تعدي عليها مما يشجع تيار الاستثمار الخاص.[١] اما في عام ٢٠١١ فقد حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب ٢٨ في ضمان حقوق الملكية للمشروعات السياحية تليها الاردن ثم تونس.

٦- كانت الاردن الوحيدة بين الدول العربية الاسلامية التي حازت ميزة تنافسية في اتفاقيات خدمات النقل الجوي الثنائية بترتيب (٣٧) عام ٢٠٠٩، وهذا يدلل علي الخطوات المتقدمة التي اتخذتها الاردن في تحرير خدمات النقل الجوي، وقد حافظت في عام ٢٠١١ علي مركزها ولكن بترتيب (٣٨) في دليل التنافسية.

١-جليلة حسنين، " مناخ الاستثمار السياحي في مصر : (تحليل دور واهمية العوامل المؤثرة فيه) " مرجع سابق، ص ١٧٤.

٧- وفي عام ٢٠١١حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في مدي توافقها مع اتفاقيات جاتس (٢٨) تليها الاردن ثم المغرب، كما حققت تونس وحدها ميزة تنافسية عام ٢٠١١ في انخفاض تكاليف بدء الاعمال (٤٤).

و مما سبق يتضح تصدر تونس في حيازة اغلب المزايا التنافسية في هذه القائمة عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

ب- الاستدامة البيئية:

١- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في استدامة التمية السياحية بترتيب (٤) تليها المغرب ثم مصر واخيرا الاردن وذلك عام ٢٠٠٩، اما في عام ٢٠١١ فقد ظلت تونس تحتل المركز الاول بترتيب (١١) تليها المغرب ثم المملكة العربية السعودية.

٢- احتلت تونس المركز الاول في كل من الالزام بالقواعد البيئية بترتيب (٢٥) في دليل التنافسية تليها الاردن ثم المملكة العربية السعودية اما في عام ٢٠١١ حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب (٢٨) في الالتزام بالقواعد البيئية تليها المملكة العربية السعودية .

٣- كانت تونس الوحيدة التي حققت ميزة تنافسية في صرامة القواعد البيئية بترتيب (٣٠) عام ٢٠٠٩، وفي عام ٢٠١١ ظلت تونس تتصدر الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٣٣) ثم المملكة العربية السعودية.

٤- احتلت الاردن المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في ابرام الاتفاقات البيئية عام ٢٠٠٩ محتلة الترتيب رقم (٢١) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها مصر، اما عام ٢٠١١ فقد حافظت الاردن علي مركزها ولكن بتراجع في الترتيب (٣٠) بينما احتلت المملكة العربية السعودية المركز الثاني.

وبصورة عامة فان تفوق تلك المقاصد في تحقيق استدامة التنمية السياحية البيئية يعني قدرتها المستمرة علي جذب السائحين، كما ان الصرامة والالزام في قوانين الحفاظ علي البيئة يمنح المقدمين علي بدء اعمالهم في النشاط السياحي ثقة في استمرار عوائدهم الاقتصادية. وهذا بلا شك يعد احد عوامل تهيئة مناخ استثماري صالح للسياحة خاصة وان الدولة

السياحية الناجحة لا تملك ان تهمل في المحافظة علي بيئتها والاستدامة في ذلك.[1]

كما استطاعت المغرب ان تنفرد بميزة التخلص من المواد الكربونية والتركيزات الاخري في عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

جـ : الامن والامان:

١- حققت سوريا عام ٢٠٠٩ ميزة تنافسية تتعلق بما تتفقه علي مكافحة الجرائم والعنف، بترتيب رقم (١) في دليل التنافسية، تليها الاردن ثم مصر واخيراً تونس ، كما كانت سوريا الوحيدة بترتيب (١٠) بين الدول العربية الاسلامية في تكاليف مكافحة الارهاب، اما في عام ٢٠١١ حافظت سوريا علي المركز الاول بنفس الترتيب في مكافحة الجريمة والعنف تليها تونس ثم المملكة واخيرا الاردن (٢١)، يدلل ذلك علي المحاولات المستمرة نحوتحقيق مزيد من الامن والامان لجذب المزيد من السائحين الي هذه المقاصد.

٢- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في امكان الاعتماد علي خدمات الشرطة بترتيب رقم (٢٠) في دليل التنافسية، تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية واخيرا المغرب مما يعني امكان توفير الحماية للسائح ضد الجرائم، اوالحوادث الارهابية وبالتالي فان ذلك سوف ينعكس بالضرورة علي مزيد من التدفق السياحي اما عام ٢٠١١ فقد حافظت الاردن علي المركز الاول ولكن بترتيب متراجع(٢٤) تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

٣- في عام ٢٠١١ انفردت المملكة العربية السعودية بين الدول العربية الاسلامية بانخفاض معدلات حوادث الطرق (١٠٩)، كماحققت سوريا المركز الاول بترتيب (٦) في تكاليف مكافحة الارهاب تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

١- نفس المرجع السابق، ص ص ١٧٠- ١٧١.

د ـ الصحة العامة:

١- احتلت مصر المركز الاول عام ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في توافر الاطباء بترتيب رقم (٤٣) تليها الاردن، اما عام ٢٠١١ انفردت الاردن ترتيب (٤٣) بتحقيق هذه الميزة .

٢- اتخذت مصر مع الاردن عام ٢٠٠٩ نفس الترتيب (٤٧) في دليل التنافسية في مدي توافر مياه الشرب النقية. ولم تحصل اي من المقاصد الاخري علي اية ميزة تنافسية في هذه القائمة مما يدلل علي عدم توافر الحماية الكافية للسائح في مجال الصحة العامة.

ولا شك انه كلما توافرت الخدمات الاساسية لراحة السائحين وطمانتهم علي امنهم وصحتهم كلما اسهم ذلك في زيادة الحركة السياحية والايرادات السياحية المتوقعة، مما يعمل علي زيادة فرص الاستثمار السياحي المربحة.

وفي عام ٢٠١١ حققت المملكة وحدها ميزة تنافسية جديدة في عدد اسرة المستشفيات بترتيب (٧٦).

هـ : اولوية السفر والسياحة :

١- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المرتبة الاولي بين الدول العربية الاسلامية في وضع الحكومة لها كاحد اولويات التنمية بترتيب (٦) في دليل التنافسية تليها المغرب، تليها مصر ثم الاردن، وفي عام ٢٠١١ حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب متقدم (٤) تليها المغرب.

٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول ايضا في فعالية التسويق بترتيب (٢١) ثم المغرب، الاردن، مصر، وفي عام ٢٠١١ احتلت المغرب المركز الاول بترتيب (١٢) في فعالية التسويق والترويج تليها تونس ثم الاردن.

٣- استطاعت كل من تونس ومصر ان تحصل علي كافة المزايا التنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩.

٤- احتلت مصر عام ٢٠٠٩المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في حجم التواجد في المعارض السياحية الخارجية بترتيب (٣) في دليل التنافسية، تليها المغرب ثم سوريا، ثم تونس و اخيرا المملكة العربية

السعودية ، يدلل ذلك علي ما تبذله اجهزة السياحة الرسمية في هـذه الدول من جهود ترويجية.

٥- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول في الانفاق علـي القطـاع السياحي بترتيب (٧) في دليل التنافسية تليها تونس واخيرا مصر، وفي عام ٢٠١١ حافظت الاردن علي نفس ترتيبها، تليها تونس

٦- عام ٢٠١١ حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول في شـمول بيانات السياحة والسفرالسنوية بترتيب (١) تليها الاردن وتـونس ثـم المغرب واخيرا سوريا وكذلك فان المغرب تصدرت الدول العربيـة الاسلامية في سرعة اتاحة بيانات السياحة والسفرالشهرية بترتيب (١) تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

وـالبنية الاساسية للنقل الجوي:

١- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بـين الـدول العربيـة الاسلامية في عدد خطوط الطيران بترتيـب (٢٠) فـي دليـل التنافسية، تليها السعودية ثم المغرب و اخيرا تونس ، امـا عـام ٢٠١١ احتلت المملكة المركز (٣٥) تليهـا سـوريا والمغـرب واخيرا الاردن.

٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بـين الـدول العربيـة الاسلامية في جودة البنية الاساسية للنقل الجوي (٢٩) في دليـل التنافسية، تليها الاردن ثم المملكة العربية السـعودية امـا عـام ٢٠١١ فقد **حققت الاردن المركز الاول في** جودة البنية الاساسية للنقل الجوي بترتيب (٣٥) تليها تـونس ثـم المملكـة العربيـة السعودية.

٣- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بـين الـدول العربيـة الاسلامية في شبكة النقل الجوي الدولية بترتيب (٣٠) في دليل التنافسية تليها تونس بترتيب (٤٠) وظلت عـام ٢٠١١ تحـافظ علي المركز الاول بنفس الترتيب تليها المملكة العربية السعودية ثم تونس.

٤- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ المراكز الاولي بين الدول العربية الاسلامية في عدد المقاعد المتاحة بكل من الطيران الدولي وفي عدد المغادرين، وعدد المطارات محتلة المراكز ارقام (١٨)، (٤٧)، (٤٣) علي الترتيب في دليل التنافسية، تليها مصر ثم تونس واخيرا المغرب.

وظلت المملكة عام ٢٠١١ تحتفظ بالمركز الاول في المغادرة لكل ١٠٠٠ فرد بنفس الترتيب. كما احتلت المركز الاول في عدد مقاعد الطيران الداخلي(٢٣) تليها المغرب تليها الاردن كما احتلت المملكة المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بتفردها في كثافة المطارات بترتيب (٤٦) وكذلك المركز الاول في عدد مقاعد الطيران الدولي بترتيب (٢٧) تليها المغرب .

يشير ذلك الي ما توليه حكومات هذه الدول من اهتمام خاص للبنية الاساسية للنقل الجوي وذلك لمواجهة الزيادة المتوقعة في الحركة السياحية الدولية، وقد اشارت دراسة جليلة حسنين (٢٠٠٧) الي التاثير الايجابي لذلك علي جذب الاستثمارات، وما يمكن ان تحققه من ارباح .[١]

ز- البنية الاساسية للنقل البري:

١- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة الطرق بترتيب (٣٧) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم الاردن .

٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة شبكة طرق النقل البري بترتيب (٢٣) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها سوريا ثم الاردن واخيرا المملكة العربية السعودية، وفي عام ٢٠١١ حققت المركزالاول بترتيب (٢٥)، ثم المملكة العربية السعودية، تليها الاردن.

٣- وكذلك احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول في جودة البنية الاساسية للموانيء بترتيب (٣٨) تليها المملكة العربية السعودية واخيرا الاردن، اما عام ٢٠١١استطاعت المملكة المحافظة علي مركزها بترتيب متقدم (٣٦).

١- نفس المرجع السابق، ص. ١٦٨.

٤- تصدرت تونس عام ٢٠٠٩ ايضا باقي الدول العربية الاسلامية في جودة البنية الاساسية للسكك الحديدية بترتيب (٢٢) تليها المغرب ثم سوريا اما عام ٢٠١١ فقد حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب (٢٩) تليها المغرب بترتيب (٣٧) ثم المملكة العربية السعودية .

٥- انفردت سوريا بين الدول العربية الاسلامية بميزة تنافسية في كثافة الطرق بترتيب (٥٠) في دليل تنافسية السياحة والسفر، اما عام ٢٠١١ فقد حققت المملكة العربية السعودية وحدها مركزا تنافسيا في كثافة الطرق بترتيب (١١٢).

ومما لاشك فيه ان تقدم مراكز هذه الدول في دليل التنافسية يعد ذا تاثير كبير علي تقليل احتمالات التعرض للحوادث، وانسيابية حركة المرور مما يؤدي الي تقليل زمن الرحلة، وهذا بلا شك ينعكس في صورة مزيد من تدفق الرحلات السياحية الي هذه المقاصد.

ح- البنية الاساسية السياحية :

١- احتلت تونس المركز الاول عام ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في عدد الغرف الفندقية بترتيب (٢١) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها المملكة العربية السعودية، وهذا يشير الي تنامي الطاقة الفندقية نسبيا بما يمكن من مقابلة الطلب السياحي، وهذا بلا شك ينعكس في صورة عدم ارتفاع لاسعار الغرف الفندقية وفي عام ٢٠١١ حققت تونس المركز (٢٣) في اسعار الغرف الفندقية تليها المملكةالعربية السعودية (٣٨).

٢- احتلت كل من مصر، الاردن، المغرب، المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية محل الدراسة في وجود شركات تاجير سيارات بترتيب (٢٣) وذلك عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ استطاعت الاردن والمغرب الحفاظ علي المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في وجود شركات تاجير سيارات بترتيب (١) ثم تاتي تونس بعدهما.

٣- كما حققت المملكة العربية السعودية ايضا عام ٢٠١١ ميزة تنافسية جديدة في خدمات الفيزا كارد بترتيب (٤٣) في دليل التنافسية.

وبصورة عامة فانه كلما تطورت وتقدمت البنية الاساسية ايا كان نوعها كلما اسهم ذلك في زيادة الايرادات التي يتوقعها المستثمرون من المشروعات السياحية اوفي تقليل التكاليف التي يتحملونها.[1]

ط- البنية الاساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات:

١- احتلت مصرعام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في كثافة استخدام الانترنت في الاعمال بترتيب (٣٦) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها الاردن ثم المملكة العربية السعودية.

٢- عام ٢٠٠٩ كانت المملكة العربية السعودية الوحيدة التي حازت ميزة تنافسية بين الدول العربية الاسلامية في عدد مستخدمي التليفون المحمول بترتيب (٢٢) ثم (٧) عام ٢٠١١ في دليل تنافسية السياحة والسفر بينما تراجع مركزها الي ترتيب (٤٩) في كثافة استخدام الانترنت ومع ذلك فهي الوحيدة التي تمتلك تلك الميزة عام ٢٠١١.

يدلل ذلك علي تقدم هذه الدول في استخدام وسائل الاتصالات الحديثة في انشطتها اليومية؛ حيث يعد ذلك احد عوامل نجاح الاستثمارات السياحية، وكفاءة وسرعة تقديم الخدمات السياحية.[2]

ي- تنافسية الاسعار في صناعة السياحة والسفر

١- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اسعار الوقود بترتيب (٢) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها مصر ثم سوريا ثم الاردن واخيرا تونس، وقد حافظت المملكة علي مركزها عام ٢٠١١ ولكن بترتيب (٣) تليها الاردن ثم سوريا وهذا المركز المتقدم يعني انخفاض نفقات النقل والذي يعد احد اهم بنود الانفاق السياحي الدولي .

١- نفس المرجع السابق

٢- جليلة حسنين، "مناخ الاستثمار السياحي في مصر" :تحليل دور و اهمية العوامل المؤثرة فيه" ، مرجع سابق، ص ١٦٥-١٦٦، ، ولمزيد من المعلومات راجع : هند محمد حامد، **التجارة الالكترونية فى المجال السياحى**، الناشر المؤلف، ٢٠٠٣.

٢- كما احتلت المملكة ايضا المركز الاول عام ٢٠٠٩ في نطاق الضرائب وتاثيرها بترتيب (٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم سوريا واخيرا مصر؛ و في عام ٢٠١١ حافظت المملكة علي نفس الترتيب تليها تونس بترتيب (١٤) ،و من المعروف ان الضرائب لا يتوقف تاثيرها فقط علي نشاط المشروعات بل تنعكس ايضا في صورة رفع تكلفة الرحلة السياحية والاسعار الفعلية التي يواجهها السائح ولذا فان الضرائب المخفضة تعد من اهم العوامل الايجابية لتحفيز الاستثمار وبالتالي تؤثر علي ربحية هذه المشروعات.

٣- في عام ٢٠٠٩ احتلت المملكة العربية السعودية المركز الاول بترتيب (١٦) في اسعار التذاكر تليها مصر ثم سوريا، وقد حافظت المملكة عام ٢٠١١ علي مركزها ولكن بتراجع ترتيبها الي (٢١) تليها سوريا(٥٠).

٤- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اسعارالفنادق بترتيب (٤) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم سوريا واخيرا الاردن، وهذا مؤشر ايجابي حول الانخفاض النسبي في احد اهم مكونات الانفاق السياحي مما يزيد جاذبية هذه المقاصد

و في عام ٢٠١١ احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٣) ، تليها المغرب بترتيب (٤٨) ، ثم المملكة العربية السعودية بترتيب (٩٢).

٥- احتلت مصر المركز الاول في تعادلية القوة الشرائية بترتيب (٤) في دليل تنافسية السياحة والسفر عام ٢٠٠٩، تليها سوريا ثم تونس، بينما جاء عام ٢٠١١ لتتفوق تونس علي كافة الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٢٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر.

يشير ذلك الي تقدم مركز مصر في توفير السلع باسعار مماثلة للمقاصد الاخري نسبيا، ومن الجدير بالذكر ان كلا من مصر، وسوريا قد استطاعت ان تحوز علي كافة المزايا التنافسية في هذه القائمة.

ك ـ **الموارد البشرية:**

١- كانت مصر عام ٢٠٠٩ الدولة الوحيدة بين الدول العربية الاسلامية التي تمتلك ميزة تنافسية في تسهيل دخول العمالة لمجال السياحة بترتيب (٣٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر اما عام ٢٠١١ فقد فازت المملكة العربية السعودية بهذه الميزة بترتيب (٣٩) في جدول التنافسية.

٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في تدريب الافراد بترتيب (٢٧) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها الاردن اما عام ٢٠١١ فقد احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٨) تليها المملكة العربية السعودية.

٣- احتلت تونس المركز الاول في اتاحة خدمات البحث والتدريب محليا بترتيب (٢٨) في دليل التنافسية تليها المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ بترتيب (٤٢) ، و في عام ٢٠١١ظلت تونس تحتل المركز الاول بترتيب (٢٧) تليهاالمملكة بترتيب (٣٤) ثم الاردن (٤٨).

٤- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بالنسبة لجودة النظام التعليمي بترتيب (١٧) في دليل التنافسية تليها الاردن، كما حافظت تونس في تقرير ٢٠١١ علي مركزها بترتيب (٢٠) تليها المملكة العربية السعودية.

٥- استطاعت كافة الدول محل الدراسة عام ٢٠٠٩ ان تحقق ميزة تنافسية في انخفاض حجم انتشار الايدز حيث اشتركت كل من مصر وسوريا، والمملكة العربية السعودية والاردن في المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب (١) في دليل تنافسية السياحة والسفر ثم تاتي تونس والمغرب معا بترتيب (٢٢)، ويمكن ارجاع ذلك الي ما تتمتع به هذه الدول من المحافظة علي الاخلاقيات والقيم الدينية، اما عام ٢٠١١ ظلت كل من سوريا، والمملكة العربية السعودية المركز الاول في انخفاض حجم انتشار الايدز(١) تليها تونس والمغرب (٢٠) واخيرا الاردن(٤٧) .

٦- كما احتلت سوريا المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في قدرتها علي مكافحة اثار انتشار الايدز علي الاعمال بترتيب (٤) تليها الاردن ثم تونس واخيرا مصر في دليل تنافسية السياحة والسفر مما يدلل علي كفاءة صحة الافراد العاملين في صناعة السياحة اما عام ٢٠١١ فقد احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٦) تليها المملكة العربية السعودية ثم الاردن واخيرا سوريا.

٧- وفي عام ٢٠١١ كانت تونس قد احتلت المركز الاول في توقعات ارتفاع الاعمار (٤٦) تليهاالمملكة العربية السعودية بترتيب (٧٤) و التي كانت الدولة الوحيدة التي حققت ميزة تنافسية في ممارسات التشغيل وانهاء العمل بترتيب (٢٢)، وفي التعليم الثانوي بترتيب (٣٩).

ل- مدي قبول السياحة:

١- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في الانفتاح للسياحة بترتيب (٥) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها المغرب ثم مصر ثم تونس واخيرا سوريا، اما عام ٢٠١١ حافظت الاردن علي المركز الاول ولكن تراجع مركزها الي (١٠) **تليها** المغرب ثم سوريا تليها تونس واخيرا المملكة كميزة تنافسية جديدة .

٢- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اتجاهات السكان المحليين نحوالسياحة بترتيب (٢٠) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها سوريا ثم الاردن وذلك عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ فقد حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب متقدم (٧) تليها سوريا ثم المغرب تليها الاردن واخيرا **المملكة العربية السعودية**.

٣- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في رحلات الاعمال بترتيب (٦) في دليل تنافسية السياحة والسفر،تاتي بعدها علي الترتيب الاردن، تونس، سوريا، المغرب، اما عام ٢٠١١ تصدرت تونس المركزالاول بترتيب (٩) ثم سوريا والمغرب تليها الاردن، **واخيرا المملكة العربية السعودية** كميزة تنافسية جديدة (١١٢).

ومما لاشك فيه ان الثقافة والعادات الاجتماعية في الدول العربية الاسلامية هي احد العوامل المسئولة عن تكوين اتجاهات السكان المحليين سواء نحوالنشاط السياحي اوالعمل فيه اوحتـــي تجاه السائحين انفسهم، والدليل هوتصدر كل من الاردن، ومصر وتونس هذه المراكز بين الدول العربية الاســلامية، وحيازتهــا نصيبا كبيرا من الحركة السياحية بمنطقة الشرق الاوسط، وفـــي المقابل فان العادات والتقاليد في المملكة العربية السعودية كانــت السبب الرئيسي في عدم وضع السياحة في اولويات التنمية الا في السنوات العشر الاخيرة، مما كان له انعكاس واضـــح علـــي ان تحتل الاغراض الدينية ما يقارب نصف الرحلات السياحية الوافدة الي المملكة. (*)

هـ المواردالطبيعية

١- اشتركت كل من مصر وتونس المركز (٤٠) في المركـــز الاول بين الدول العربية الاسلامية في مواقع التراث الطبيعي العـــالمي عام ٢٠٠٩، اماعام ٢٠١١ احتلت تونس المركز الأول بتراجع الي المركز (٤٣) دونما اي من الدول العربية الاسلامية الاخري.

٢- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة البيئة الطبيعية بترتيب (٢٨) في دليل تنافسية السياحة والســفر، تليها الاردن عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ ظلت تونس تتفرد بهذه الميزة بينما تراجع ترتيبها الي (٣٨).

٣- احتلت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بتفردها في عدد المحميات الطبيعية بترتيب (٦) فـــي دليل التنافسية، اما بالنسبة لعام ٢٠١١ فقد تراجع مركز المملكة العربية السعودية الي المركز (٧) في المحميات الطبيعية، الا انها استطاعت تحقيق ميزة تنافسية جديدة في امتلاك انواع كائنـــات غير معروفة (٧٨) تشير كل هذه العوامل الي الجهود التي تبذلها المملكة في مجال الحفاظ علي الموارد الطبيعية باعتبارها احـــد

---

* راجع الفصل الثاني.

اهم عناصر العرض السياحي خاصة تلك التي تتميز بندرتها كمواقع التراث الطبيعي العالمي والمحميات الطبيعية التي تحتوي اندر الكائنات او النباتات .

ن- **الموارد الثقافية :**

١- احتلت المغرب المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في امتلاك مواقع التراث الثقافي العالمي بترتيب(١٩)، يليها مصر وتونس واخيرا سوريا اما عام ٢٠١١تراجع مركز المغرب في مواقع التراث العالمي بترتيب (٢٣) تليها تونس.

٢- احتلت الاردن المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في صادرات الصناعات الابتكارية بترتيب (٤٦)، تليهـا المملكة العربية السعودية اما بالنسبة لعام ٢٠١١ فقد احتلت المملكة المركزالاول بترتيب (٤٨) بتفردها في صادرات الصناعات الابتكارية.

جدير بالذكر ان المملكة العربية السعودية كانت الدولة الوحيدة من بين باقي الدول العربية الاسلامية التي استطاعت تحقيق مركز تنافسي متقدم لعام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ حيث كانت تحتل المركز ٧١ ثم تقدم ترتيبها الي[١] ٦٤ وعلي مستوي دول منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية (الدول العربية الاسلامية بالاضافة الي ايران واسرائيل) احتلت المركز السابع بعد ان كانت تحتل المركز ١١ عام ٢٠٠٩ وذلك من بين ١٦ دولة؛ يدلل ذلك علي فعالية الجهود التي تبذلها المملكة في العمل السياحي مما ادي الي انعكاس ذلك علي مركزها التنافسي كمقصد سياحي.[٢]

كما احتلت سوريا المركز١٣ عام ٢٠١١ بين دول المنطقة بينما كانت تحتل المركز ١٥ عام ٢٠٠٩.

اما تونس فكانت تحتل المركز السادس و اصبحت في المركز الخامس، و كذا المغرب التي كانت في المركز ١٢ ثم تقدمت الي المركز ١١.

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Op.CIT, p. 8.

2- Ibid, P. XXI.

ثانيا: نقاط الضعف:

سوف يتم استعراض نقاط الضعف لدي المقاصد المشار اليها كما يلي(*):

أ- **قواعد وتنظيمات السياسة السياحية** كانت سوريا اكثر دولة تعاني نقاط ضعف في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ اذ لم تحز سوي ميزتين تنافسيتين ، بينما تطور الامر في عام ٢٠١١ لتمتلك ميزة تنافسية واحدة ، وتشترك كافة الدول العربية الاسلامية في نقطة ضعف تتعلق بقواعد انتشار الملكية الاجنبية، اما عام ٢٠١١ فكانت تونس - بخلاف مصر- الدولة الوحيدة التي تعاني نقطة ضعف تتعلق بمسائل اتفاقية جاتس، كما كانت المملكة العربية السعودية والمغرب اكثر دولتين لديهما نقاط ضعف في هذه القائمة تليهم الاردن .

ب-**الاستدامة البيئية:** لم تحقق سوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة في عام ٢٠٠٩واستمر الوضع في ٢٠١١، كما اشتركت كافة الدول محل الدراسة في وجود بعض الكائنات المهددة بالانقراض في العامين ، كما لا تمتلك الاردن سوي ميزة تنافسية واحدة عام ٢٠١١.

ج- **الامن والامان**: اشتركت كافة الدول محل الدراسة معا عام ٢٠٠٩ في نقطة ضعف واحدة في هذه القائمة تتمثل في ارتفاع معدلات حوادث الطرق واستمرت في عام ٢٠١١ فيما عدا المملكة العربية السعودية ، ولا شك ان ارتفاع نسبة حوادث الطرق ترتبط بازدحام المرور وعدم انتظامه والذي يمثل في حد ذاته احد العوامل التي تجعل السائحين يحجمون عن زيارة المقصد.(**)

اما في عام ٢٠١١ لم تحقق المغرب اية مزايا تنافسية في هذه المجموعة، كما كانت سوريا الدولة الوحيدة التي لديها نقطة ضعف في الاعتماد علي خدمات الشرطة.

كما تعاني الاردن من انخفاض التكاليف المخصصة لمكافحة الارهاب

---

* سوف يتم الاكتفاء هنا بتحديد نقاط الضعف العامة والمشتركة.

** راجع الفصل الثالث.

د-**الصحة العامة:** لم تحقق المغرب وتونس، اية ميزة تنافسية في هذه القائمة سواء عام ٢٠٠٩ او ٢٠١١، وبينما لم تكن سوريا والمملكة العربية السعودية قد حققت مزايا تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ فان الاولي استطاعت تحقيق ميزة تنافسية واحدة تتمثل في امكان الوصول لمستوي عال من الخدمات الصحية، اما الثانية فلم تحقق سوي ميزة واحدة في عدد اسرة المستشفيات عام ٢٠١١.

يشير ذلك الي ما تفتقده هذه الدول من خدمات الرعاية الصحية ويتطلب ذلك ضرورة الاهتمام بتوفير الخدمات العلاجية خاصة للطواريءوزيادة عدد الاطباء واسرة المستشفيات في كافة المناطق السياحية، بخلاف توفير المياه النقية، ويجب ان تكون ذات مستوي عال بما يتناسب مع ما تعود عليه السائحون الدوليون في بلدانهم.[1]

هـ- **اولوية السفروالسياحة:** لم تحقق المملكة العربية السعودية اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩، بينما جاء عام ٢٠١١ لتنحصر فيه نقاط الضعف في مدي الاولوية التي تعطيها الحكومة للسياحة، والانفاق عليها، والترويج لها، وهذا ينعكس بالفعل في انخفاض حجم السياحة الدولية الوافدة الي المملكة من الدول غير العربية اوالاسلامية، واعتمادها علي السياحة الدينية وكانت الاردن الدولة الوحيدة التي تعاني نقصا في البيانات الشهرية السياحية عام ٢٠١١.

و - **لبنية الاساسية للنقل الجوي:** لم تحقق سوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة، اما في عام ٢٠١١ فقد استطاعت تحقيق ميزة تنافسية واحدة تمثلت في عدد خطوط الطيران العاملة.

ز- **البنية الاساسية للنقل البري:** لم تحقق مصر اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩، يدلل ذلك علي ما تعانيه مصر من ضعف جودة البنية الاساسية للنقل البري، كما استمر ذلك عام ٢٠١١، وكان ذلك ايضا بالنسبة لسوريا عام ٢٠١١.

١- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٦٨.

وقد اشتركت كافة الدول عام ٢٠٠٩، ٢٠١١ في نقطة ضعف واحدة تتعلق بكثافة الطرق فيما عدا المملكة العربية السعودية ٢٠١١، كما ان هذه النقطة تمثل نقطة الضعف الوحيدة لتونس خلال عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

يترتب علي ذلك احتمالات التاثير علي انسيابية حركة الرحلات وامكان التعرض لحوادث الطرق.

ح- **البنية الاساسية السياحية:** اشتركت كافة الدول محل الدراسة في نقطة ضعف متعلقة بخدمات الفيزاكارد عام ٢٠٠٩، بينما اشارت النتائج عام ٢٠١١ الي عدم تحقيق سوريا اية مزايا تنافسية في هذه القائمة، كما كانت خدمات الفيزا كارد، ونقص عدد الغرف الفندقية نقطتي ضعف للاردن والمغرب خلال عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

كما ظلت نفس نقاط الضعف لدي المملكة العربية السعودية في ٢٠٠٩، ٢٠١١ قائمة وتتمثل في خطوط التليفون، عدد مشتركي الانترنت، وعدد مستخدميه.

ط - **البنية الاساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات** لم تحقق تونس، والمغرب، وسوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ وظل هذا الوضع قائما عام ٢٠١١ وانضمت اليهم ايضا الاردن. كما ظلت نفس نقاط الضعف لدي المملكة العربية السعودية في ٢٠٠٩، ٢٠١١ قائمة وتتمثل في خطوط التليفون، عدد مشتركي الانترنت، وعدد مستخدميه.

ي - **تنافسية الاسعار في صناعة السياحة والسفر** لم تحقق المغرب اية ميزة تنافسية في هذه القائمة، بينما استطاعت سوريا ومصر ان تمتلك جميع المزايا التنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩.

اما المملكة العربية السعودية فقد استمرت نقطة الضعف المتعلقة بالقوة التعادلية للقوة الشرائية، في عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١، كما لم تحقق كل من المغرب والاردن سوي ميزة تنافسية واحدة هي اسعار الفنادق ، اسعار الوقود علي الترتيب.

ك- **الموارد البشرية** اشتركت كافة الدول محل الدراسة في نقطة ضعف متعلقة بالتعليم الاساسي، وتوقعات العمر عام ٢٠٠٩.

وفي عام ٢٠١١ لم تحقق المغرب و الاردن سوي ميزة تنافسية واحدة في عدم انتشار الايدز، كما لم تحقق المملكة العربية السعودية سوي نقطة ضعف واحدة في الالتحاق بالتعليم الاساسي.

اما سوريا فقد ظلت تعاني من نفس نقاط الضعف خلال العامين ولم تحقق سوي ميزتين تنافسيتين هما انخفاض انتشار الايدز واثره علي الاعمال.

ل - **مدي قبول السياحة** لم تستطع المملكة العربية السعودية تحقيق اي مركز في هذه القائمة(*) عام ٢٠٠٩ بينما لم يكن لديها سوي نقطة ضعف وحيدة عام ٢٠١١ تمثلت في اتجاهات السكان المحليين نحو الزائرين الاجانب.

م- **الموارد الطبيعية** لم تحقق المغرب، وسوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام، ٢٠١١، ٢٠٠٩ كما انضمت لهم الاردن عام ٢٠١١.

ن- **الموارد الثقافية** اشتركت كافة الدول محل الدراسة عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١ في انخفاض عدد الاستادات الرياضية وكذا عدد المعارض الدولية المقامة بها عام ٢٠٠٩بينما جاء عام ٢٠١١ لتحرم الاردن وسوريا من اية ميزة تنافسية في هذه القائمة.

اما بالنسبة لمصر فانها لم تحقق اية مزايا تنافسية علي الاطلاق في كل قوائم جدول التنافسيةعام ٢٠١١.

جدير بالذكر ايضا ان كافة الدول العربية الاسلامية محل الدراسة - فيما عدا المملكة العربية السعودية - تراجعت مراكزها التنافسية بين دول العالم كمقاصد سياحية عام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ و في مقدمتها سوريا و الاردن حيث تراجع ترتيب الاولي الي ١٠٥ بعد ان كانت عام ٢٠٠٩ تحتل المركز (٩٥)، كما تراجع ترتيب الاردن من المركز ٥٤ الي المركز ٦٤ عام ٢٠١١ ،كما حققت المغرب المركز ٧٨

---

* راجع الفصل الرابع.

بعد كانت تحتل المركز ٧٥ ، كما تراجعت تونس الي المركز ٤٧ بعد ان كانت تحتل المركز ٤٤.

اما علي مستوي منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقية فقد كانت مصر الدولة الوحيدة التي تراجع مركزها الي العاشر بينما كانت تحتل المركز التاسع عام ٢٠٠٩.

ومن المؤكد انه في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية مثل اتفاقية جاتس ووجود الشركات دولية النشاط، فان نقاط الضعف السابقة سوف تؤدي الي تعظيم الاثار الاقتصادية السلبية لهذه المتغيرات مما ينعكس بالضرورة علي القدرة التنافسية لمؤسسات الاعمال في الدول النامية (*) والتي تعد احد محددات القدرة التنافسية للمقصد.

بناء علي هذه النتائج: فانه يمكن للمقاصد العربية الاسلامية من خلال تحديد مزاياها التنافسية ان تقوم باعداد استراتيجية اتصال ملائمة مع الاسواق المستهدفة من اجل بناء مكانة مميزة لها في ذهن السائح بالنسبة للمقاصد المنافسة الاخري، وذلك بما يرضي احتياجاته؛ ويتطلب ذلك تحليلا دقيقا لكل من ملامح المقصد، واحتياجات السائح حيث تمثل تحديد مكانة المزايا التنافسية للمقصد السياحي عاملا حيويا ليس فقط في اتخاذ القرار بالزيارة له دون غيره بل وبما يحقق له الاستدامة والنجاح.

كما ان تحديد نقاط الضعف يسهم في وضع استراتيجية لتطويرها من اجل بناء مكانة افضل للمقصد في ذهن السائح.

ولذلك فانه يلزم علي مسئولي التسويق في المقاصد العربية الاسلامية الاهتمام بتحديد مكانة لها في ذهن السائح علي اساس العمل علي المزايا الفريدة لهذه المقاصد unique selling propositions of the destinations (**)

---

* اشارت دراسة يسرا عطية ٢٠٠٧ حول الشركات عابرة القوميات ان ما تفتقر اليه مصر والمغرب وتونس ولبنان كدول نامية من نقاط قوة في التنافسية الدولية بخلاف ما تعانيه من ضعف في الهياكل الاقتصادية تؤدي الي زيادة الاثار الاقتصادية السلبية للشركات عابرة القومية في ظل تحرير التجارة، لمزيد من المعلومات راجع: يسرا عطية، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥-٢٢٦.

** لمزيد من المعلومات راجع كلا من

1-Gursoy, D., Baloglu, s. & Chi, C.G, op.cit, pp. 160-161.

٢- داليا زكي، مرجع سابق، ص ص ٨٤-٨٨.

الخلاصـــة:

<u>تناول الفصل الخامس "محددات القـــدرة التنافســـية للمقاصـــد العربيـــة الاســـلامية"</u> حيث تم في البداية تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، وقد تمـــت الاشارة الي صعوبة تحديد هذا المفهوم حيث ترجع تلك الصـــعوبة الـــي سببين رئيسيين:

<u>اولها:</u> تعدد مداخل البحث في تحديد هذا المفهوم وهي ثلاثة مداخل اتفقت الادبيات السياحية حولها وهي مدخل الادارة اوالمـــدخل الاســـتراتيجي، مدخل تنافسية السعر، مدخل ثقافي – اجتماعي وتاريخي.

<u>وثانيها:</u> طبيعة المقصد السياحي نفسه.

وقد تبين انه **نتيجة لتنوع مداخل تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، بخلاف الطبيعة المركبة للمنتج السياحي الذي يقدمه المقصد لزائريه فانه من الطبيعي ، الا يوجد اتفاق في اهداف المؤسسات المختلفة المسئولة عن تقديم المنتج السياحي و هذا ما يفسر عدم وجـــود مفهـــوم محـــدد لتنافسية المقاصد، بل ويؤدي الي تنوع اسهامات الباحثين فـــي وضـــع تصوراتهم حول محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية.**

<u>بعد ذلك تناول الفصل التعرف علي محددات القـــدرة التنافســـية للمقاصد السياحية وفقا لاسهامات الباحثين وقد تبين ان</u> اغلبها افتقـــدت الشمول لكافة العوامل المحددة لتنافسية المقاصد مما ابرز الحاجـــة الـــي وضع معايير شاملة وموضوعية ومحددة يمكن من خلالها المقارنة بـــين المقاصد المختلفة من اجل التعرف علي مدي نجاح كل منها في تحقيـــق مركز تنافسي متقدم نسبيا؛ اتضح ايضا الدورالـــذي قـــام بـــه المنتـــدي الاقتصـــادي العالمي عام ٢٠٠٧ World Economic Forum (WEF) في اطلاق دليل لتنافســـية الســـفر والســـياحة Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI؛ والذي استهدف تحديـــد المركـــز التنافسي للمقاصد المختلفة في السوق الدولية وكيف يتغير من عام لاخـــر واسباب هذا التغير وما هي نقاط قوة الدولة وضعفها في مجال المنافســـة السياحية الدولية.

وبناء علي دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI) لعامي،٢٠٠٩و٢٠١١ فقد تم تناول محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية ذات النصيب النسبي الاهم في كل من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية، وذلك من بين ١٣٣و١٣٩ مقصد سياحي على الترتيب.

ومن خلال الاستعانة بالدليل، فقد تم تجميع كافة المزايا التنافسية وكذا نقاط الضعف التي من شانها تخفيض القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية محل الدراسة، وذلك من اجل ان يقوم مسئولو التسويق في المقاصد العربية الاسلامية باعداد استراتيجية اتصال ملائمة مع الاسواق المستهدفة من اجل بناء مكانة مميزة لها في ذهن السائح بالنسبة للمقاصد المنافسة الاخري ارتكازا علي المزايا الفريدة التي تتمتع بها، وفي نفس الوقت تطوير نقاط الضعف التي تحول دون تحقيق المقصد هذه المكانة المرجوة.

الجزء الثانى

الدراسة التطبيقية

أولاً: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها.

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون.

ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول المختارة

رابعاً: الاثار المتوقعة في سبيل التعاون

خامساً: نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم

(مصر – تونس – المغرب)

الدراسة التطبيقية

مقدمة:

انطلاقا مما تم القاء الضوء عليه في الدراسة النظرية من عوامل اقتصادية و سياسية وثقافية تؤثر علي نصيب الدول العربية الاسلامية من السياحة الدولية واثارها الاقتصادية في حال بقائها منفردة دون الانضمام الي تكتل سياحي؛ يسعي هذا الجزء من البحث الي وضع رؤية اسراتيجية لتحديد امكانيات التعاون لتنمية السياحة الدولية، والبينية،بين ثلاث دول عربية اسلامية وقع عليها الاختيار هي (مصر-تونس-المغرب)، ويقوم هذا الاختيار علي عدة اسس: جغرافية، واقتصادية، وثقافية، وسياسية، وسياحية.

وتشخيصا للامكانيات السياحية القائمة بالدول الثلاث فانه من الضروري ان يتم عرض مقدمة عامة عن الدول المختارة والانشطة السياحية بها، ثم القاء الضوء ايضا علي الواقع السياحي لهذه الدول من حيث الاسواق السياحية الرئيسة والطاقة الفندقية القائمة وامكانات الوصول اليها سواء بالنقل البري، او البحري، او الجوي.

ومن اجل وضع تصور واقعي و ممكن التنفيذ لاستراتيجية التعاون المقترحة فقد كان ضروريا ان يتم عرض للمعوقات المتوقعة في سبيل التعاون سواء اكانت سياسية، او اقتصادية، او ثقافية، او تشريعية، بالاضافة الي مجموعة من المعوقات تتعلق بالاستراتيجية المقترحة ذاتها.

واستنادا لكل ماسبق يمكن وضع رؤية استراتيجية تاخذ في اعتبارها قواعد اساسية لتحديد امكانيات التعاون، و تشتمل علي برامج محددة و تحديد اليات تنفيذية ملائمة سواء اكانت اقتصادية، او ثقافية، او تشريعية، او سياحية.

وكنتيجة لهذا التصورفانه من المتوقع ان تكون هناك اثار ايجابية لهذا التعاون لذا سوف يتم التعرض لهذه الاثار علي اختلافها، و اخيرا وضع تصور لبرامج سياحية سواء في السياحة البينية او الدولية، و هذا كله ما سوف يتم تناوله في الدراسة التطبيقية.

تمهيد:

تتضمن الدراسة التطبيقية .تحديد امكانيات التعاون بين الدول العربية الاسلامية المختارة (مصر – تونس – المغرب) في تنمية السياحة الدولية و البينية و ذلك من خلال العناصر التالية:

اولا: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها و تتضمن :

١- اسس اختيار الدول وهي

أ- الاعتبار الجغرافي، ووسائل النقل

ب- الاعتبارات الاقتصادية

ج- الاعتبارات السياسية

د- الاعتبارات الثقافية

هـ- الاعتبارات المتغلقة بالواقع السياحي للدول الثلاث

٢- الانماط السياحية والواقع السياحي بالدول المختارة (مصر – تونس – المغرب) ويشمل

أ - مقدمة عامة عن الدولة

ب- انماط السياحة فيها

ج- الواقع السياحي للدولة: ويتضمن الاسواق السياحية الرئيسية، والطاقة الفندقية، وطرق الوصول والانتقال .

٣- ملامح رئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول المختارة

أ - ملامح استراتيجية التنمية السياحية في مصر

ب- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في تونس (المخطط الثاني عشر للتنمية ٢٠١٠-٢٠١٤)

ج- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في المغرب (رؤية ٢٠٢٠)

د- ملاحظات عامة علي الاستراتيجيات الثلاث

ثانيا :المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون:

اولا : معوقات عامة:

أ- معوقات سياسية

ب- معوقات اقتصادية

ج- معوقات قانونية وتشريعية

د- معوقات ثقافية

ثانياً: معوقات خاصة بالاستراتيجية:

ثالثاً: **رؤية استراتيجية مقترحة لتنمية السياحة الدولية والبينية بين دول التعاون المختارة** وذلك بالاستعانة بالعناصر التالية:

اولا : المنطلقات (الدوافع الرئيسية للتعاون)

ثانيا : القواعد الاساسية للتعاون

ثالثا : اهداف الاستراتيجية:

رابعا : امكانيات التعاون (البرامج المقترحة)

خامسا : اليات تنفيذية للعمل (اجراءات) وتشمل :

اليات سياسية، اليات اقتصادية، اليات سياحية.

واخيرا: **يتم التعرض للاثار المتوقعة لهذا التعاون ثم يتم طرح نماذج لرحلات مقترحة في اطار الاستراتيجية.**

أولاً: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها

اولاً: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها

في هذا الجزء سوف يتم استعراض مقدمة عن الدول العربية الاسلامية التي وقع عليها الاختيار ، كما سيتم عرض الانماط السياحية بها مما يشكل قاعدة اساسية نحو وضع رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون فيما بينها لتنمية السياحة الدولية والبينية.

وقد وقع الاختيار علي ثلاث دول وهي مصر، وتونس، والمغرب وفيما يلي سوف يتم اولا توضيح الاسس التي تم بناء عليها الاختيار، ثم تقديم عرض مفصل للانماط السياحية لكل منها من اجل تشخيص الامكانيات السياحية الحالية، وكذا الواقع السياحي لكل منها، واخيرا سوف يتم القاء الضوء علي ملامح عامة لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول الثلاث.

١- اسس اختيار الدول:

أ- الاعتبار الجغرافي، ووسائل النقل: يعتبر عامل الجوار الجغرافي احد اهم اعتبارات اختيار دول التكتل كمقصد اعظم حيث تقع الدول الثلاث في منطقة شمال افريقية مما يسهم في تقليل تكلفة الرحلة ومسافتها سواء بالنسبة للسياحة البينية اوالدولية خاصة ذات المسافة البعيدة long haul، وكذا بالنسبة للاسواق السياحية الجديدة المستهدفة في البحث الحالي والتي سوف يتم الحديث عنها لاحقا، يساعد ذلك في امكان مد طرق المواصلات البرية والبحرية في حال الضرورة.

أما بالنسبة لوسائل النقل، فهناك طريق بري بين مصر و ليبيا و من ليبيا الي تونس ، كما ان هناك انتقالا طبيعيا بين تونس والمغرب عبر الحدود حيث ان اغلب السائحين المتنقلين بين البلدين يقومون بالتنقل بريا.(*)

وعلي مستوي النقل الجوي، يوجد خط القاهرة – تونس – تونس– القاهرة الجوي، وكذا خط القاهرة كازابلانكا – كازابلانكا

* تم الحصول علي هذه المعلومة من خلال اتصالات عبر الانترنت مع مواطنين من تونس والمغرب، كما تم الرجوع في ذلك الي :

TTI, , Country reports, Tunisia, 2008, p.20.

القاهرة[١]، توجد ايضا اتفاقيات تعاون في مجال النقل الجوي بين مصر وكل من المغرب وتونس[٢]،حيث ان هناك اطلاقا للحريات الثالثة والرابعة للطيران، ومن المتوقع ايضا ان يتم اتخاذ اجراءات نحوالتحرير الكامل للطيران مع المغرب بناء علي اقتراح مقدم من المغرب.[٣]

هناك ايضا اتفاقية تحالف استراتيجي تم عقده بين الشركة القابضة لمصر للطيران وبين الخطوط التونسية Tunis Air في ٢٩ اكتوبر٢٠٠٦؛ حيث يتم التعاون بين الشركتين في مجالات محددة علي اساس تبادلي هي:

أ- **المشاركة بالرمز code share**: وهوان يتم وضع كود شركة مسوقة لخط معين علي كودُ شركة مشغلة لهذا الخط مما يمنحها تواجدا افضل في السوق.

ب-**اتفاق تعاون تجاري:** تمنح اسعارا تفضيلية لراكبي كلتا المؤسستين كما يسمح بامكان قبول المستندات مما يمكن السائح باستكمال بعض المقاطع داخل الرحلة السياحية من خلال امكان بيع كل شركة مستندات الشركة الاخري مما يسهم في تسهيل حركة السياحة بين المقصدين التونسي والمصري.

ومن المتوقع قيام تحالف بين الشركة القابضة لمصر للطيران مع شركة الخطوط الملكية المغربية الا ان ذلك لم يدخل في حيز التنفيذ الفعلي بعد.

١- في مقابلة شخصية مع مدير التحالفات بشركة الخطوط الجوية مصر للطيران (٣١ مايو٢٠١١) اتضح ان عدم تشغيل خط جوي اخر بين مصر للطيران وكل من الخطوط التونسية والمغربية بصورة منتظمة يعود الي ان الطيران المنتظم بصفة عامة يقوم بتشغيل الخطوط التي تضمن انها تجلب عائدا، ولكن من خلال امكان سياسة بيع المستندات المتبادلة بين الشركتين يمكن لشركة مصر للطيران مثلا القيام ببيع تذاكر لشركة الطيران التونسية لاستكمال الرحلة السياحية داخل تونس بحيث ينزل الراكب في النقطة الاساسية ثم يقوم بعمل رحلة connection للنقطة التي يقصدها.

٢- مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدولية بوزارة الطيران المدني المصري ، بتاريخ ٣١ مايو ٢٠١١

٣- اتصال تليفوني بالسيد مديرعام الاتفاقات بسلطة الطيران المدني المصري ، بتاريخ ١٥ يوليو ٢٠١١

اما بالنسبة للمطارات فان المطارات المصـــرية مفتوحـــة امـــام الطيران المنتظم والعارض لجميع خطوط الطيران العربيـــة دون تحديـــد لساعات الطيران فيما عدا مطار القاهرة، كما تسمح مصر بفتح مطارات الجذب السياحي امام رحلات الشارتر للمجموعات السياحية مثـــل شـــرم الشيخ والاقصر وذلك في طريق العودة من الرحلة الســـياحية الـــي بلـــد السائح الاصلي، ومن هنا فان السائح التونسي يمكنـــه العـــودة مـــن اي مطارمصري الي مطار تونس (النقطة الاصلية)(*)، كما تم فـــتح النقـــل الجوي تماما بين تونس، والمغرب، هذا يعني أن لشركات طيران الـــدول الثلاث حرية الوصول إلى السماء الاخري.[١]

هناك تعاون ايضا بين مصر للطيران والناقلين الوطنيين التونســـية والمغربية في مجالات الخدمات الارضية فبالنسبة للشركة التونســـية توجـــد اتفاقية تعاون تبادلي في مجال الخدمات الارضية (خدمة كاملة علي اســـاس تبادلي بحيث تكون نفس الخدمات بنفس الاسعار وتضم خدمة الهبوط ، خدمة الركاب وذلك في مطارات القاهرة وتونس وجربة والاقصر. اما الخطـــوط المغربية فهناك خدمة هبوط فقط في مطارات القاهرة – كازابلانكا.

ومع اعادة هيكلة شركة الخطوط التونسية بنفس اســـلوب هيكلـــة شركة مصر للطيران الي شركة قابضة وشركات تابعة فانه من المتوقـــع زيادة اشكال التعاون بينهما علي اساس ثنائي وليس تبادليا(**) بحيث انـــه من الممكن الايتم الاتفاق علي نفس الخدمات ونفس الاسعار ومن الممكن زيادة هذه الخدمات من شركة مقابل الاخري الا انه مـــن المفتـــرض ان يكون ذلك لصالح الركاب لان ذلك سوف يساعد علي تحريـــر الاســـعار نحوالانخفاض ومزيد من جودة الخدمات وبالتالي زيادة حركة الســـياحة والسفر.

---

* اتصال تليفوني مع مدير عام الاتفاقيات الدولية بسلطة الطيران المدني المصـــري ، مرجع سابق.

١- فتح السماء المفتوحة أوالسماء في تونس:
http://maghrebinfo.actu-monde.com/ar/archives/article8029.html, accessed: Jul., 2011

** تم اعادة هيكلة الشركة فقد أصبحت اليوم الخطوط التونسية على رأس مجمع يضم سبع شركات (الخطوط التونسية للنقل الجوي، طيران السابع، الخطـــوط التونســـية للخدمات الأرضية، الخطوط الونسية الفنية، التونسية للتموين، أماديوس والمركـــز التونسي لتدريب الطيارين على محاكي للطيران ATCT.

بـ الاعتبارات الاقتصادية:

١- الاتفاق النسبي في الاهمية الاقتصادية للسياحة الي مجمل الناتج المحلي الاجمالي، ومدي اعتماد الاقتصاد علي السياحة كاحدي صادرات الخدمات.

٢- تقارب معدل نموالناتج المحلي الاجمالي في الدول الثلاث فهوفي تونس ٤.٥ %و في المغرب ٥.٦ وفي مصر ٧.٢% وفقا لبيانات عام ٢٠٠٨ [١]

٣- تتقارب متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي في تونس ومصر والمغرب وهي علي الترتيب ٤١٧٤ دولارامريكي، ٢٤٤٥ دولارامريكي، ٢٨٧٢ دولار امريكي وذلك لعام ٢٠٠٩.[٢]

٤- تقارب معدلات البطالة في كل من تونس والمغرب ومصر وفقا لبيانات ٢٠٠٩ وهي علي الترتيب ١٣.٣%، ٩.١ %، ٩.٤ %، كما تعاني الدول الثلاث عجزا في موازناتها العامة بنسب متقاربة نسبيا الي اجمالي الناتج المحلي: -٣، -٦.٩، -٢.٤ في تونس ومصر والمغرب علي الترتيب مما يعني زيادة المصروفات عن الايرادات[٣].

٥- تشابه البيئة الاقتصادية من حيث وجود برامج الاصلاح الاقتصادي، والتعديل الهيكلي، وتبني فلسفة اقتصاد السوق وتشجيع القطاع الخاص علي الاضطلاع بدوره في ادارة الاقتصاد بالمشاركة مع القطاع العام من خلال التوسع في عمليات الخصخصة عموما وفي القطاع السياحي خصوصا وذلك عبر ما تنتهجه حكومات الدول الثلاث من سياسات محفزة

1- The World Bank, **The little Data Book Africa** 2010, pp.74, 149,210.

٢- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد.٢٠١٠، التطورات الاقتصادية و الاجتماعية ، ص ٢٢.

٣- صندوق النقد العربي، النشرة الاحصائية للدول العربية ٢٠١٠ ، ص ص ٣١٥ ، ٣٧٢.

للاستثمار الخاص. حيث اكدت دراسة امنيـــة عـــدلي ٢٠٠٠ ان النجاح الذي حققته كل من مصر وتونس سياحيا يعود الي زيادة حجم الاستثمارات السياحية وما انتهجتـــه الحكومـــة المصـــرية والحكومة التونسية من سياسات محفـــزة للاســـتثمار الخـــاص السياحي خاصة علي مستوي التشريعات الضريبية.

كذلك اشارت دراســـة Ben Naceur, Ghazouani, S. & Omran, M. 2007 الي ان برامج الخصخصة متبعة في كل من مصر وتونس والمغرب منذ اوائل التسعينيات، وقـــد اثبتـــت الدراسة كفاءة وانتاجية وربحية التحول نحوالقطاع الخاص خاصة الاستثمار الاجنبي مع اعطاء الاولوية لعدد من القطاعـــات مـــن اهمها قطاع السياحة.

٦- تشترك الدول الثلاث في التوقيع علي اتفاقيـــة تحريـــر تجـــارة الخدمات Gats، وفي ظل مشروع الاتفاقية العربية لتحرير تجارة الخدمات فان أهم ما تم مراعاته في إعداد هذه الاتفاقيـــة وفـــي أحكامها العامة أن تتماشى الأحكام العامـــة والمبـــادئ للاتفاقيـــة العربية مع تلك الواردة باتفاقية الجاتس، آي بما لا يشكل تناقضاً بالنسبة لهذه الدول الأعضاء اوتلك التي هي بصدد الانضمام الي منظمة التجارة العالمية من الدول العربية الاسلامية الاخري.[١]

وتتفق مصر والمغرب وتونس في التزاماتهـــا بتحريـــر قطاعات المطاعم والفنادق ووكالات السياحة نظرا لانها مفتوحة للاستثمارات الاجنبية في الملكية والادارة حتي قبل الاتفاقية.[٢]

١- صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠٠٩**،" التعاون العربـــي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحـــرة العربيـــة الكبرى"، ص ص ٢٢٠-٢٢٢.

٢- صالح شعراوي، الجزء الثاني من دراسة السياحة العربية وتحرير تجارة الخدمات السياحية، ***مجلة المسلة الاخبارية (جريدة العرب السياحية الاليكترونية)***، http://www.almasallanews.com/News-1528.html, accessed : May, 2011

ج- الاعتبارات السياسية

١- هناك تشابه في الظروف السياسية غير المستقرة للدول وخاصة بعد احداث ثورتي تونس ومصر ٢٠١١، بينما يسود الهدوء المملكة المغربية، اما بالنسبة للنظم السياسية فان كلا من مصر وتونس تتبع النظام الجمهوري ، بينما تتبع المملكة المغربية نظاما ملكيا دستوريا.

٢- توافق العلاقات السياسية والاقتصادية بين الدول الثلاث: حيث تتسم العلاقات بين مصر والمغرب وتونس بالتفاهم والتنسيق المستمر (*) حيث ترتبط مع كل من تونس والمغرب بلجان تغطي مختلف مجالات التعاون الثنائي ومنها السياحة وتعتبر بمثابة منظومة شاملة تنظم العلاقات بين البلدين.، كما ان هناك تطابقاً في وجهات النظر حول القضايا الإقليمية والدولية ذات الاهتمام المشترك، وينعكس ذلك في المواقف المتشابهة التي تتبناها الدول الثلاث تجاه مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك وتنسيق المواقف في مختلف المحافل الدولية والإقليمية بما يحقق مصالحها المشتركة.

د- الاعتبارات الثقافية :اللغة العربية هي اللغة الرسمية، كما ان الدين الاسلامي هو الدين الرسمي وفقا لدساتير الدول الثلاث.

هـ- الاعتبارات المتعلقة بالواقع السياحي للدول الثلاث

وتتضمن هذه الاعتبارات العناصر التالية:

١- تم اختيار الدول الثلاث بناء علي اقتراحات من بعض الخبراء السياحيين حول المقاصد السياحية العظمي التي يمكن ان تكون مصر طرفا فيها بما يحقق هدف الاستراتيجية المقترحة.(**)

---

* راجع : الهيئة العامة للاستعلامات المصرية،العلاقات المصرية المغربية :
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=135, accessed: May, 2011.
الهيئة العامة للاستعلامات المصرية،العلاقات المصرية التونسية
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=1672, accessed : May , 2011

** قامت الباحثة بالاستفسار عن امكان التعاون السياحي بين الدول الثلاث من خلال مقابلة شخصية مع وكيل وزارة السياحة للعلاقات الدولية ، كما قامت دراسة هايدي صالح باقتراح عدد من المقاصد التي من الممكن ان تشكل تكتلا سياحية بناء =

٢- اولوية السفروالسياحة، ومدي قبولها : اذ تتفق الدول الثلاث في اعتبار السياحة احدي اولويات التنمية بالمقارنة بالقطاعات الاخري، كما تتفق معا في قبول السياحة واتجاهات السكان المحليين الايجابية تجاهها، وقد اشار لذلك جدول تنافسية السفر والسياحة عامي ٢٠١١، ٢٠٠٩.(*)

٣- تباين عناصر الجذب، وانماط السياحة مما يمنح فرصة تقديم برامج سياحية مميزة ومتنوعة، وهوما سوف يتم تناوله لاحقا.

٤- الاهمية النسبية لهذه المقاصد **في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية** في حجم الحركة السياحية الوافدة اليها.(**)

٥- هناك اتفاق نسبي في الاسواق السياحية المصدرة الا ان هناك اختلافا في اهميتها النسبية لكل دولة من دول التعاون علي حدة مما يسمح باستفادة دول التعاون جميعا.

فبالنسبة للسياحة البينية سوف تستفيد مصر من الزيادة المتوقعة في اعداد السائحين الوافدين من المغرب وتونس وباقي دول شمال افريقية، كما سوف تستفيد تونس بزيادة اعداد السائحين الوافدين من دول الخليج والتي تعاني فيهم نقصا حادا، وكذا الحال بالنسبة للمغرب.(***)

= علي اراء عدد من الخبراء السياحيين ومنها التكتل السياحي المقترح ، كما اقترحت دراسة صبري عبد السميع ٢٠٠٧ عددا من المقاصد العظمي منها المقصد المقترح، لمزيد من المعلومات راجع:

- هايدي صالح، " تسويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحى حديث" رسالة دكتوراه غير منشورة – كلية السياحة والفنادق – حلوان ، ٢٠٠٥، ص ٢٦١
- صبري عبد السميع، **التسويق السياحي والفندقي : اسس علمية وتجارب عربية**، لقاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية، ، ٢٠٠٧، ص ص ٣١٩ – ٣٢٢.

كما اشارت احدي الحوارات الصحفية التي اجريت علي موقع الاهرام www.ahram.org.eg العدد ٤٣٩٣٠ بتاريخ ١٣ يوليو٢٠٠٧ ان العلاقات السياحية بين مصر وتونس تحمل في طياتها عناصر التكامل أكثر مماتحمله من عناصر التنافس كما تقول تصريحات المسؤلين التونسيين السابقين وعلي راسهم وزير السياحة التونسي، وزهير جرانة وزير السياحة المصري.

* راجع الفصل الخامس، وذلك علي الرغم من ان مصر لم تحقق في جدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١ اية مزايا تنافسية .

** راجع الفصل الثاني.

*** سوف يتم توضيح ذلك بالتفصيل لاحقا في عرض الواقع السياحي للدول الثلاث.

اما بالنسبة للسياحة الدولية فمن المتوقع ان تستفيد الدول الثلاث بشرائح سوقية جديدة خاصة من المسلمين غير العرب (اوروبيين – امريكيين – دول روسيا الاتحادية)، وكذا من شريحة محبي التراث والثقافة، من الاوروبيين والامريكيين والذين يمثلون جزء من الاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة في الدول الثلاث بما يضمن استفادة جميع اطراف التعاون خاصة في ظل الانماط السياحية المزمع تنميتها في اطار الرؤية الاستراتيجية المقترحة لتنمية السياحة الدولية(وهما نمط السياحة الثقافية " التراث الاسلامي "،ونمط السياحة الاسلامية).

٦- صيغ التعاون **السياحية المبرمة بالفعل بين الدول محل البحث**: تم ابرام عدد من اتفاقات التعاون السياحي الثنائية بين دول التعاون وعدد من البرامج التنفيذية وبروتوكولات التعاون وتتمثل في :

- اتفاقية تعاون سياحي بين تونس والمغرب ٧ **أبريل** ٢٠٠٩.
- برنامج تنفيذي للتعاون السياحي بين تونس ومصر للفترة (٢٠١٠-٢٠١٣) تم توقيعه بتاريخ ٣٠يونيو٢٠٠٧ .
- مشروع برنامج تنفيذي بين جمهورية مصر العربية والمملكة المغربية للفترة (٢٠٠٦- ٢٠٠٨).
- برنامج تنفيذي للتعاون السياحي بين تونس والمغرب (٢٠٠٧-٢٠٠٩)[١] تم توقيعه بتاريخ سبتمبر ٢٠٠٦.
- اتفاقية تنفيذ بروتوكول تعاون سياحي بين تونس والمغرب تم توقيعه في ابريل ٢٠١٠.[٢]

وقد اتضح من معاينة هذه الصيغ المختلفة للتعاون ان المعيار الذي يتم تقرير شكل التعاون المتفق عليه هورغبة واحتياج كل دولة من اطراف التعاون لشكل معين من اشكال التعاون السابق ذكرها،

١- وزارة السياحة التونسية :

www.tourisme.gov.tn, accessed: Apr., 2011.

٢- توقيع اتفاقية تعاون ترويجي سياحي بين المغرب وتونس، ***جريدة المسلة الاخبارية : جريدة العرب الاليكترونية***،:

http://www.almasallanews.com/News-2532.html, accessed: May, 2011.

وقد تقوم بعض القنصليات اوالمكاتب السياحية الخارجية بالخارج بترشيح احد اشكال التعاون مع دولة معينة لوزارة السياحة بناء علي مردوده الملحوظ علي صناعة السياحة، مثال : قيام السفارة المصرية بترشيح ضرورة استفادة مصر بتجربة تونس في السياحة العلاجية، كما قد تطلب أحدي الدول عقد لجنة لوضع البرنامج التنفيذي وقد لا تطلب وفقا لاحتياجها.(*)

٧- **اتفاق اهداف المنظمة السياحية الحكومية في الدول الثلاث.**(**)

تتمثل المنظمات السياحية في الدول الثلاث في وزارات للسياحة وهي الجهاز الرسمي والرئيسي الذى يخطط وينظم السياحة، **وتتلخص اوجه الاتفاق فيما بين اهدافها في العناصر التالية:**

١. قيام المنظمات الثلاث علي استهداف تحقيق التنمية السياحية، وتعزيز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.
٢. تطوير برامج التعاون الدولي مثل عقد الاتفاقيات الدولية ودعم العلاقات مع الهيئات الدولية والإقليمية وفقا لأحكام القوانين السارية وتحسين الصلات والعلاقات مع المنظمات والهيئات الدولية .

---

* بصورة عامة جميع الاشكال السابق ذكرها هي صيغ للتعاون بين الدول ويتم توقيعها اما علي مستوي الوزراء اوأعلي، اما الفرق بين الاتفاقية ومذكرة التفاهم ان الاولي تحتاج الي تصديق من مجلس الشعب لخروجها كصيغة اتفاق اما الثانية فلاتحتاج لذلك اما البروتوكول يتضمن تفاصيل اكثر في الاطار العام للتعاون، اما البرنامج التنفيذي فهوتحديد الخطوات واليات تنفيذ الاتفاقية اومذكرة التفاهم، وقد اشارت الي ذلك مدير عام العلاقات الدولية في مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١ .

**راجع المواقع الرسمية للدول الثلاث علي الانترنت :

www.tourism.gov.eg ,op.cit
www.tourisme.gov.tn, op.cit.
www.tourisme.gov.ma/index_ar.htm,op.cit.

٣. القيام بكل الدراسات والبحوث الخاصة بالسياحة والترفيه السياحي؛ بالاضافة الي جمع ومعالجة ونشر كل المعلومات التي من شأنها أن تفيد القطاع السياحي.
٤. اعداد السياسة السياحية العامة والاشراف والرقابة على الخدمات السياحية وإلتزام المنشآت الفندقية والسياحية بالمواصفات والشروط التى تحددها الوزارة بالاضافة الي اقتراح التشريعات السياحية.
٥. إعداد الخطط والبرامج لتنمية وتطوير الكفاءة الفنية والإدارية فى مختلف المنشآت والمهن السياحية.
٦. تخطيط الإعلام السياحى وتوفير المعلومات للمهتمين بالحركة السياحية العالمية.
٧. تنمية المناطق السياحية وجذب المستثمرين محليين واجانب.
٨. مواصلة تنفيذ السياسات السياحية القائمة لما لها من نتائج ايجابية اقتصاديا مع ادخال انماط سياحية جديدة في اطار مبدا الاستدامة.

٨- **اتفاق المغرب وتونس ومصر في بعض القواعد المتعلقة بتاشيرات الدخول(*)ويتمثل هذا الاتفاق في امكان دخول مواطني دول مجلس التعاون الخليجي بدون تاشيرة دخول الي اراضيها، مما يشير الي رغبة الدول الثلاث في تنمية السياحة البينية.**

* تم في هذا الجزء الرجوع الي:
المملكة المغربية، وزارة الشئون الخارجية والتعاون، تاشيرة الدخول الي المغرب : www.maec.gov.ma/arabe/guide/...visasar.htm, accessed: May, 2011.
وزارة الداخلية المصرية،مصلحة الجوازات والهجرة والجنسية:
تاشيرات دخول البلاد:
www.moiegypt.gov.eg/Arabic/Departments/...Visa, accessed: May , 2011
موقع الهيئة المصرية العامة للمعارض والمؤتمرات:
http://www.cairofair.com/ar/index.php?id=80, accessed: Apr 2011.
تاشيرات الدخول والسياحة:
www.egypty.com/ahaleena/visa/index.htm, accessed: Apr ,2011
التاشيرة السياحية قصيرة الاجل:
http://www.tunisia.org.ua/ae/travelling/visa/, accessed May,2011

٢ـ الانماط السياحية والواقع السياحي بالدول المختارة[١]

اولاً: مصـــر

أـ مقدمة عامة عن الدولة. (*)

العاصمة: القاهرة

اللغة الرسمية: اللغة العربية (وتستخدم كل من اللغة الانجليزية والفرنسية فـــي بعض مجالات العمل).

نظام الحكم: جمهوري.

الديانة: ٩٤% مسلمون سنة، والباقي مسيحيون.

وحدة العملة الوطنية : الجنيه المصري.

الموقع الجغرافي والمناخ : تقع جمهورية مصر العربيـــة فـــي الشـــمال الشرقي لإفريقيا والجنوب الغربي لآسيا، وتحدها من الغرب ليبيا، ومـــن الجنوب السودان، وهي تطل على أربعة حدود مائية هي: البحر المتوسط، وخليج السويس، وخليج العقبة، والبحر الأحمر.

ويقع الجزء الأكبر من البلاد ضمن الشريط الصحراوي الممتد مـــن الشرق الأوسط حتى الساحل المطل على المحـــيط الأطلنطـــي. وبحكـــم طبيعتها الجيولوجية، تنقسم مصر إلى أربع مناطق هي: منطقة نهر النيل، الصحراء الغربية، الصحراء الشرقية، شبه جزيرة سيناء.

١- قام بتنفيذ الخرائط أحد المتخصصين فى نظم المعلومات الجغرافية (GIS).

* كافة المقدمات العامة عن الدول المختارة تم الاستعانة فيها بالمراجع التالية :

- جمهورية مصر العربية، وزارة التربية والتعليم، **الاطلس العربـــي**، ١٩٩٠-١٩٩١، ص ص ١٨،٤١، ٤٤.
- **مركـــز الابحـــاث الاحصـــائية والاقتصـــادية والاجتماعيـــة والتـــدريب للـــدول الاسلامية(Sesric)، بلدان منظمة المؤتمر الاسلامي في ارقام :**

http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php, accessed: May, 2011.

- Central Intelligence Agency, the world fact book, https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook, accessed: May, 2011.
- TTI, Country reports.
- www.wikipedia.org, accessed: April, 2011.

ويمثل نهر النيل المورد الطبيعي الرئيسي وهو يستخدم لأغراض الملاحة والري .

يتميز الصيف (من مايو الي سبتمبر) بالحرارة والجفاف بينما يتميز الشتاء بالاعتدال. وتهطل معظم الأمطار خلال فصل الشتاء.

ب-انماط السياحة(*) في مصر:

اولاً: السياحة الترفيهية الشاطئية:

يقصد نسبة كبيرة جدا من الزائرين المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستجمام وذلك بفضل ما تتمتع به مصر من شواطئ خلابة (في مدينة الاسكندرية ومنطقة الساحل الشمالى (التابعة لمحافظة مطروح) ، وتشمل نحونصف ساحل مصر علي البحر المتوسط، وتوجد بالمحافظة عدد كبير من القري السياحية من اشهرها مراقيا ومنتجع مارينا العلمين.

أما بالنسبة لمنطقة البحر الأحمر، جنوب سيناء،شمال سيناء، فتعد مقاصد مميزة للكثير من السائحين من مختلف أنحاء العالم للاستجمام والاستمتاع بطبيعة سيناء حيث الجبال تعانق البحر الأحمرفي مشاهد خلابة، وتوجد في سيناء والبحر الأحمر عدة منتجعات ومدن سياحية أهمها شرم الشيخ، الغردقة، دهب، الجونة، رأس سدر، نويبع، طابا، مرسي علم.

ثانيا: السياحة الثقافية:

السياحة الثقافية هى أشهر وأقدم الأنماط السياحية التى عرفتها مصر وذلك بفضل ما خلفته الحضارات المتعاقبةعليها من فرعونية ويونانية وقبطية وإسلامية وتتنوع مراكزالسياحة الثقافية في مدن ومحافظات واقاليم مصر المختلفة كما يلي:

---

* في استعراض لانماط السياحة في مصر تم الاستعانة بالمراجع التالية :

١- الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي :

http://www.egypt.travel, accessed: Mar., 2011.

٢- وزارة السياحة المصرية :

http://www.tourism.gov.eg/default.aspx, accessed: Mar, 2011.

3- TTI, country reports, Egypt, 2004, 2008.

4- www.wikipedia.org.

<u>القاهرة والجيزة</u>: يوجد بها سد الكفارة – مدينة أون - منطقة الأهرامات - منطقة سقارة – منطقة دهشور بخلاف المتحف المصري والقرية الفرعونية، ومتحف الفن الاسلامي والمتحف القبطي، ويطلق علي القاهرة مدينة الالف مئذنة حيث يوجد بها مسجد عمروبن العاص، الحسين، الأزهر، مسجد محمد على ، قلعة صلاح الدين الأيوبى، وجامع ابن طولون وقصر الامير طاز وجامع المؤيد شيخ يوجد ايضا المتحف الحربي بالقلعة، قصر محمد علي، وجامع القاضى يحي زين الدين ومتحف الشمع بحلوان، كما يوجد ايضا شارع المعز لدين الله الذي يعد أكبر متحف مفتوح للآثار الإسلامية في العالم(*) وهويقع في منطقة الأزهر بالقاهرة الفاطمية، وقد تم الانتهاء من ترميمه وافتتاحه فبراير ٢٠١٠، أهم معالمه مجموعة قلاوون بالنحاسين ومجموعة السلطان الغوري،وقصر الامير بشتاك وباب النصر والفتوح وسور القاهرة بينهما والمدرسة الكاملية، كذلك متحف النسيج الإسلامي بسبيل محمد علي بالنحاسين وجامع وسبيل وكتاب سليمان أغا السلحدار والمدرسة الأشرفية، وقد تم استخدام احدث أنماط التكنولوجيا في فن الإضاءة .

وتوجد فى القاهرة عدد من الآثار القبطية مثل الكنيسة المعلقة، كنيسة قصرية الريحان، كنيسة القديسة باربارة، كنيسة مارى جرجس، كنيسة أبى سرجة، كنيسة القديس مارقريوس أبوسيفين بخلاف المتحف القبطي.

الإسكندرية: يوجد بها عامود السوارى – المسرح الرومانى – الحمامات الرومانية – معبد الرأس السوداء– مقبرة كوم الشقافة – متحف الاسكندرية القومي، متحف المجوهرات الملكية، المتحف اليوناني الروماني، بخلاف مكتبة الاسكندرية، قلعة قايتباى، وميدان المساجد الذي يضم مسجد المرسى أبي العباس، مسجد البوصيرى، سيدي ياقوت العرش يوجد ايضا متحف الفنون الجميلة متحف محمود سعيد.

---

* تم تسجيل القاهرة على قائمة التراث العالمى باليونسكوعام ١٩٧٩، كما انطلق مشروع ترميم المباني التي تضررت جراء زلزال ١٩٩٢ وذلك عام ١٩٩٨ وكان على مرحلتين حيث شملت المرحلة الأولى منه والتي تمت في ٦٠٠ مترا منه بدأ من باب الفتوح وانتهاءا بمجموعة قلاوون وتم تغيير شبكة المرافق بالكامل .

وفي **محافظة البحيرة** توجد مدينة رشيد الأثرية وجد بها حجر رشيد الذي وجده أحد ضباط الحملة الفرنسية، وفي رشيد أيضا عدد كبير من الاثار ومنها مسجد زغلول ومسجد أبومندور وطاحونة أبوشاهين وحمام عزوز وغيرها.

توجد ايضا منطقة العلمين التي توجد بها مقابر الحرب العالمية الثانية والتي جرت أحد أهم معاركها في منطقة العلمين بين قوات الحلفاء وقوات المحور.

الفيوم: تضم عددا من الآثار من أهمها: هرم اللاهون، هرم هوارة، قاعدة هرم امنمحات، مسلة سنوسرت، مدنية ماضى ومعظمها يرجع إلى الأسرة ١٢ وبها اطلال لمدن وقصور منها مدينة كرانيس الأثرية كوم التل، ديمية السباع قصر قارون، مدنية أم البريمات، قصر الصاغة، توجد آثار دير العزب ديموشيه الذى تم إنشاؤه فى العصر الرومانى ودير رئيس الملائكة (غبريال) بجبل النقلون ويرجع إلى القرن الثالث الميلادى.

منطقة الواحات:

واحة الخارجة وتضم: معبد هيبس -مقابر البجوات القبوات - معبد القويطة – معبد الريان، قصر الدين.

واحة الداخلة: وتشمل مناطق: موط – بشندي -مقابر المذوقة - قرية بلاط الإسلامية - قرية بلاط الفرعونية - معبد دير الحجر – قرية القصر الاسلامية.

واحة سيوة: بها معبد جوبيتر آمون، معبد الخزينة، جبل الموتى، معبد التنبؤات .

الواحات البحرية: تضم عددا من الآثار الفرعونية والرومانية- واحة باريس وتضم معبد دوش-واحة الفرافرة ويوجد بها قصر الفرافرة وقصر أبومنقارة. كما توجد ايضا اديرة وادي النطرون،.وفي هذه المنطقة تم إحياء هذا المسار والذى أصبح واحدا من المعالم السياحة الدينية الهامة فى مصر.

الأقصر: يوجد بها معبد الكرنك، معبد الأقصر– معبد هابو– وادى الملوك – وادى الملكات – متحف التحنيط بالأقصر، معبد الدير البحري.

أسوان: معابد أبي سمبل احد مواقع التراث العالمي المسجل في اليونسكووهما معبدان بناهما رمسيس الثانى أشهر فراعنة مصر بين عامى ١٢٩٠ و١٢٢٣ ق م . ويعتبر هذان المعبدان من المعجزات المعمارية فقد تم نحتهما بالكامل داخل الجبل وهما:معبد أبى سمبل الكبير– معبد أبى سمبل الصغير، هناك ايضا جزيرة فيلة – جزيرة النباتات، متحف اسوان.

وفى شمال سيناء: توجد آثار العريش والشيخ زويد، **وفي رفح** توجد قلاع الطريق الأوسط قلعة نخل. **وفى جنوب سيناء:** توجد قلعة الجندى، قلعة نويبع، قلعة صلاح الدين .ودير سانت كاترين.

ثالثا: السياحة العلاجية:

وتتعدد المناطق السياحية التى تتمتع بميزة السياحة العلاجية فى مصر وهى مناطق ذات شهرة تاريخية عريقة مثل: عيون ابوالسعود **بالقاهرة**، عيون **حلوان**، عين الصيرة، العين **السخنة**، **الغردقة**، **الفيوم**،**منطقة عيون ام الصغير**، **وعيون البحيرات الطبيعية بمنخفض القطارة** منطقة **الواحات**، **أسوان**، **سيناء**[1]، وأخيرا مدينة سفاجا فى منطقة البحر الأحمر والتى تشتهر برمالها السوداء التى تساعد فى الشفاء من بعض الأمراض الجلدية.[2]

وقد تم افتتاح عدد من الفنادق البيئية فى واحة سيوة كما يجرى الآن إنشاء مركز طبى للاستشفاء قائم على العلاج باستخدام العناصر الطبيعية للبيئة بالواحة.

رابعا: السياحة البيئية:

تتمتع مصر بمقومات السياحة البيئية حيث تتعدد فيها المحميات الطبيعية مثل: محمية رأس محمد وجزيرتي تيران وصنافير بمحافظة

١- محمد ابراهيم عراقي واخرون، " السياحة العلاجية في مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا بالبحر الاحمر"، ***مجلة البحوث السياحية***، يونيو٢٠٠٨، ص ص ٢١،٢٠.

٢- محمود السيد احمد السيد، السياحة العلاجية في مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا "، نفس المرجع السابق، ص٦٦.

جنوب سيناء-محمية الزرانيق والبردويل بمحافظة شمال سيناء- منطقة الأحراش الساحلية برفح بمحافظة شمال سيناء- محميات علبة الطبيعية بمحافظة البحر الأحمر- محمية العميد الطبيعية بمحافظة مطروح.

- محمية جزيرتي سالوجا وغزال والجزر الصغيرة بينهما (الشلال الأول) بمحافظه أسوان محمية أشتوم الجميل وجزيرة تنيس بمحافظة بور سعيد- محمية سانت كاترين بمحافظة جنوب سيناء- محمية وادى العلاقى بمحافظة أسوان - محمية الغابة المتحجرة بالمعادى بمحافظة القاهرة- محمية الوادى الأسيوطى بمحافظة أسيوط - محمية وادى الريان بمحافظة الفيوم - محمية بركة قارون بمحافظة الفيوم-محمية قبة الحسنة بمحافظة الجيزة - محمية كهف وادى سنور بمحافظة بنى سويف - محمية نبق بمحافظة جنوب سيناء - محمية أبوجالوم بمحافظة جنوب سيناء- محمية طابا بمحافظة جنوب سيناء-محمية البرلس بمحافظة كفر الشيخ - محميات جزر نهر النيل بالمحافظات المختلفة - محمية وادى دجلة بمحافظة القاهرة - محمية سيوه الطبيعية بمحافظة مطروح - محمية الصحراء البيضاء الطبيعية بمحافظة الوادى الجديد- محمية وادي الجمال- حماطة- محمية الجزر الشمالية للبحر الأحمر- محمية الجلف الكبير- محمية الدبابية.

خامسا: سياحة المهرجانات:

تعد سياحة المهرجانات أحد الانماط السياحية الهامة التي تسهم في تنويع المنتج السياحي المصري،وتنفرد مصر بإقامة العديد من المهرجانات من أهمها المهرجانات الرياضية مثل: المهرجان الدولى لصيد الأسماك فى بورسعيد، المهرجان الدولى الأول للفروسية، سباق ماراثون مصر الدولى الثالث بالأقصر، سباق الدراجات سباق رالى للفراعنة، بطولة الأهرام الدولية للإسكواش.

كما تقيم مصر عددا من مهرجانات الفنون مثل: مهرجان القاهرة السينمائى الدولى في ديسمبر، المهرجان الدولى للأفلام التسجيلية، مهرجان الإسماعيلية للفنون الشعبية، المهرجان الدولى للمسرح التجريبي، مهرجان الإسكندرية السينمائى الدولى، مهرجان تعامد الشمس لمعبد ابي

سمبل بفبراير، الاحتفال السنوى لإكتشاف مقبـرة تـوت عـنخ أمـون بالإقصر،. مهرجان الأغنية الدولى الثالث كذلك تقام في مصر عدد مـن المعارض الدولية مثل معرض القاهرة الدولي للكتاب في فبراير.

سادساً: سياحة اليخوت:

تم إنشاء مرسى يخوت عالمى بمنطقة مارينا بالساحل الشـمالى كما تم إنشاء (١١) مارينا فى مناطق سياحية مختلفة مثل **الجونة وبورت غالب ومرسى علم** وتم وضع حجر الأسـاس لمارينا أخرى بمنطقـة العين السخنة على خليج السويس.

سابعا: السياحة النيلية:

يشق نهرالنيل طريقه من جنوب مصر الي شمالها في مصبه علي البحر المتوسط ويعد احد اهم عناصر الجذب السياحي اذ تتوفر رحـلات نيلية من القاهرة الي اسوان يمكنها ان توفر للسائح قدرا كبيرا من المتعة والترفيه.

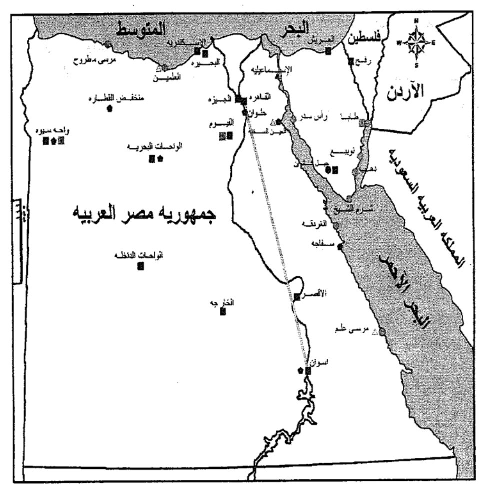
ثامنا: سياحة التسوق:

يوجد اسواق المنتجات التقليدية مثل خان الخليلي حيث المنتجات التذكارية المميزة، قرية الحرانية، حيث يتم تصنيع السجاد اليدوي العـالي الجودة والمشهور في الخارج وكذلك الملابس التقليدية، كذلك توجد عـدد من المراكز التجارية الكبري في المدن السياحية المختلفة،اذ ساعد ظهور مراكز تسوق جديدة وكبيرة على نموهذا النمط من السياحة فـى مصـر واستقطاب أعداد متزايدة من السائحين. وأصبحت مصر تحتـل موقعـا متميزا فى قطاع سياحة التسوق فى المنطقة، حيث أصـبح العديـد مـن السائحين (وخاصة من الدول العربية الاسلامية) يختارون مصر لقضـاء عطلاتهم فيها بغرض التسوق، كما يحرص معظـم المسـتثمرين الـذين يقومون بتنفيذ مشروعات التنمية المتكاملة التى تقام فى المقاصد السياحية المصرية على أن تدرج ضمن مشروعاتهم مراكز تجارية للتسوق.

تاسعا: سياحة السفارى:

ويمكن لعاشقى هذا النمط من السياحة ممارسـته **فـى صـحراء سيناء (جبل موسي – جبل سانت كاترين)، والواحات الداخلة والخارجة الزاخرة بالآثار والعيون المائية والآبار، والعين السخنة.**

<u>**خريطه توضح أنماط السياحه فى مصر**</u>



0 0.5 1 2 3 4 Meters

حدود سياسيه	———
سياحه نيليه	········
سياحه بيئيه	▩
سياحه السفارى	●
سياحه علاجيه	⬟
سياحه اليخوت	△
سياحه ثقافيه	■
سياحه ترفيهيه	◉
سياحه المهرجانات	▲

شكل رقم (١)

جـ الواقع السياحي في مصر:

فيما يلي يتم استعراض الاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة الدولية الي مصر كتعبير عن جانب الطلب السياحي الحالي، كذلك يتم التعرف علي حجم الطاقة الفندقية في مصر وامكانيات الوصول.

- **الاسواق السياحية الرئيسية:**

تعتبر السياحة الوافدة من اوروبا في مقدمة الاسواق المصدرة الي مصر بنسبة تقدر بحوالي ٧٦%، تليها السياحة الوافدة من دول الشرق الاوسط (الدول العربية الاسلامية ماعدا دول شمال افريقية)، والتي تمثل حوالي ١٢%، ثم السياحة الاسيوية بنسبة ٥% خاصة القادمين من روسيا، ثم السياحة الوافدة من الامريكتين بنسبة ٤% تليها السياحة الوافدة من الدول الافريقية بنسبة ٣%، ويتضح ذلك من الجدول (٢٦) ، كما يوضح جدول (٢٧) الاسواق العشرة الاولي مرتبة تنازليا وفقا لاحصاءات وزارة السياحة المصرية ٢٠١٠.

جدول (٢٦): عدد السائحين الدوليين الوافدين الي مصر وفقا للمناطق السياحية الرئيسية ٢٠١٠

الاسواق المصدرة	عدد السائحين	النسبة من اجمالي اعداد السائحين ٪
الاوروبية	١١١٧٦٩٢٣	٧٦
الشرق الاوسط	١٧٦١٢٤٥	١٢
الاسيوية	٧٠٣٢١٠	٥
الامريكية	٥٦٣٣٦٥	٣.٨
الافريقية	٤٩١٤١٦	٣
اخري	٣٤٦٥٤	٠.٢
الاجمالي	١٤٧٣٠٨١٣	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة المصرية، **السياحة، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق.**

جدول (٢٧): الاسواق العشرة الاولي ٢٠١٠

الدولة	عدد السائحين	النسبة من اجمالي الاسواق العشرة ٪
روسيا	٢.٨٥٥.٧٢٣	٢٩.٨
بريطانيا	١.٤٥٥.٩٠٦	١٥.٢
المانيا	١.٣٢٨.٩٦٠	١٣.٩
ايطاليا	١.١٤٤.٣٨٤	١١.٩
بولندا	٥٩٣.٥٩٦	٦.٢
فرنسا	٥٩٩.٣٦٣	٦.٣
ليبيا	٤٥١.٠٦٨	٤.٧
السعودية	٣٧٤.٩٤٦	٣.٩
اوكرانيا	٤١٢.١٣٣	٤.٣
الولايات المتحدة	٣٦١.٥٢٣	٣.٨
الاجمالي	٩.٥٧٧.٦٠٢	١٠٠
اجمالي عدد السائحين خلال ٢٠١٠	١٤.٧٣٠.٨١٣	نسبة العشرة الاوائل الي اجمالي السائحين ٦٥%

المصدر : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق.

يتضح ايضا من الجدول (٢٨):ان اعداد السائحين الوافدين من ليبيا (كاحدي دول شمال افريقية) تمثل حوالي ٢١.٦% من اجمالي اعداد السائحين الوافدين الي مصر من الدول العربية الاسلامية بصورة عامة، بينما يتضح انخفاض اعداد السائحين الوافدين الي مصر من المغرب وتونس بما لا يزيد عن ٥% من اجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية.

كما تاتي المملكة العربية السعودية في المركز الثاني بعد ليبيا في اعداد السائحين الوافدين الي مصر من الدول العربية الاسلامية عموما بنسبة ١٧.٩ %، ثم تاتي الكويت كثاني اهم دولة في منطقة الخليج العربي تصديرا للسائحين الي مصر بنسبة ٦.٩%، كما تمثل فلسطين و الاردن نسبة ٨.٢%، ٨.٥% من اجمالي اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية الي مصر وذلك علي الترتيب.

جدول (٢٨): عدد السائحين الوافدين الي مصر

من الدول العربية الاسلامية حسب الجنسية ٢٠١٠

الجنسية	عدد السائحين (بالالف)	النسبة الي اجمالي السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية ٪
ليبيا	٤٥١٠٦٨	٢١.٦
السعودية	٣٧٤٩٤٦	١٧.٩
السودان	١٨٩٧٣١	٩.١
فلسطين	١٧٧٣٣٣	٨.٥
الاردن	١٧١٢١٧	٨.٢
الكويت	١٤٥٤٠٢	٦.٩
سوريا	١١٥٦٥٧	٥.٥
اليمن	٩٢٣٨٨	٤.٤
المغرب	٥٧٥٩١	٢.٨
الامارات	٥٣٨١٥	٢.٦
تونس	٤٩٠٣٣	٢.٣
العراق	٣٨٤٣٢	١.٨
قطر	٢٤٧٨٧	١.٢
الجزائر	٢٢٧٨٢	١.١
عمان	٢٠٤٣٥	٠.١
البحرين	٢٠٢٩٠	٠.١
لبنان	٧٥٤٧٥	٣.٦
الصومال	٦٣٥٠	٠.٣٠
جيبوتي	٢٥٤٥	٠.١٢
موريتانيا	٢٠٠٨	٠.١
جزر القمر	٨٧٧	٠.٠٤
المجموع	٢٠٩٢١٦٢	١٠٠

المصدر: وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق .

ويتركز موسم الذروة لدي السائحين الامريكيين ، والاوروبيين ، وخاصة البريطانيين والفرنسيين والايطاليين في فصل الشتاء، ويرجع ذلك الي الدفء النسبي الذي يتسم به مناخ مصر شتاء حيث تجتذبهم الغردقة وشرم الشيخ اذ تصل درجات الحرارة فيها الي ٢٠ درجة مئوية في فصل الشتاء، كذلك يمثل شهر رمضان وعيد الفطر موسما للرواج السياحي بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية، وايضا شهور الصيف يوليو واغسطس.

- **الطاقة الفندقية:**[١]

تتنوع فئات الفنادق المصرية بين فنادق فئة ٥ نجوم بلغ عددها وفقا لبيانات ٢٠٠٩ حوالي ٣٥٧ فندقا منها ١٥٣ فندقا ثابتا وحوالي ٢٠٤ فندق عائم.

اما فنادق فئة ٤ نجوم فيبلغ عددها ٢٥٣ فندقا منها ٢٠٤ فندقا ثابتا وحوالي ٤٩ فندقا عائما.

فنادق فئة ٣ نجوم ويبلغ عددها حوالي ٣١٦ فندقا منها ٣٠٤ فندقا ثابتا و١٢ فندق عائم.

هناك ايضا فنادق نجمتين عددها ٢٠٥ فندق ثابت و٣ فندق عائم، وفنادق فئة نجمة واحدة وعددها ١١٦ فندق ثابت .هذا بخلاف وجود ٢٠٨ فندق تحت التقييم منها ١٩ فندقا عائما، ١٨٩ فندقا ثابتا، ليصبح اجمالي عدد الفنادق العاملة في مصر بمختلف فئاتها حوالي ١٤٥٨ فندقا بطاقة تقدر بحوالي ٢١٤٥٣٣ غرفة فندقية بطاقة ٤٢٩٠٦٦ سرير

كما ان هناك فنادق تحت الانشاء عددها حوالي ٦٣٩ فندقا منها ٦٠٣ فندق ثابت، وحوالي ٣٦ فندق عائم بطاقة ١٩٩٩٦٥ غرفة، وحوالي ٣٩٩٩٣٠ سرير.

- **طرق الوصول والانتقال الي مصر:**

- **النقل الجوي:** يصل عدد المطارات في مصر ٢٣مطارا[٢](المدنية والمدنية العسكرية)، ومن اهم المطارات القاهرة وشرم الشيخ

١- وزارة السياحة المصرية، الطاقة الايوائية الفندقية ٢٠٠٩/١٢/٣١.

٢- تم الحصول علي هذه المعلومة في اتصال هاتفي مع مدير عام الاتفاقات الدولية بسلطة الطيران المدني بتاريخ ١٥ اغسطس ٢٠١١

والاقصر. وقد تمت توسعة مطار القاهرة ليتسع لما يقارب١١ مليون مسافرسنويا ويستقبل مطار القاهرة الجوي نصف حركة الملاحة الجوية الوافدة الي مصر، ويوجد ايضا مطارات الغردقة اسوان، ابوسمبل، الاسكندرية، وبرج العرب، اسيوط، العريش، طابا، الوادي الجديد، سانت كاترين، الداخلة، الطور.[١]

وتعد شركة مصر للطيران[*] الناقل الرسمي التي تملكها الحكومة المصرية ولديها خطوط تمتد الي عدد كبير من المدن في افريقيا وامريكا الشمالية واوروبا واسيا بخلاف الشرق الاوسط ودول الخليج، ومنذ عام ٢٠٠٨ تم انضمام مصر للطيران لتحالف ستار Star Alliance حيث منحها ذلك امكانية وجودها على المستوى الدولى، وتوفير مكاتب بيع لها وانتشار العلامة التجارية الخاصة بمصر للطيران ضمن مجموعة تحالف ستار[٢] خاصة انه لامجال لاستمرار ناقل جوى يعمل منفرداً فى ظل المنافسة الشرسة فى صناعة النقل الجوى. توجد ايضا عدد من الشركات المصرية الخاصة التي تقوم بتشغيل خطوط لرحلات الطيران المنتظم والعارض ومنخفض التكلفة .[**]

- **<u>السكك الحديدية والطرق البرية</u>**: تمتد داخل مصر شبكة للنقل بالسكك الحديدية بطول ٥٠٠٠ كم تقريبا، كما تمتد بداخلها شبكة للطرق البرية بطول ٩٢٣٧٠ كم.

١- سمر كامل احمد سعد، استخدام نظام ال BOT كوسيلة لتدعيم البنية الأساسية للنقل الجوى : دراسة تطبيقية على مطار مرسى علم، رسالة ماجستيرغير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٣، ص ص ٧٨ – ٩١.

* تعتبر شركة مصر للطيران شركة قابضة بشركات تابعة هي شركة الخدمات الارضية، شركة الخطوط الجوية، شركة الصناعات التكميلية، شركة الخدمات الجوية، شكة مصر للطيران اكسبريس، شركة للشحن الجوي، شركة للخدمات الطبية، وشركة للصيانة.

٢- لا يتعارض هذا التحالف مع اي اتفاق ثنائي بين مصر للطيران واي شركة خطوط جوية الا في حال انضمام الشركة الاخري لتحالف منافس مثلما هوالحال مع الملكية الاردنية المنضمة لتحالف one world مما لا يسمح بعدم وجود اية اتفاقية تعاون بينها وبين شركة مصر للطيران .

** من اهم هذه الشركات : شركة الاسكندرية للطيران، الشركة العربية، الشركة المصرية العالمية للطيران، النيل للطيران، ايه ام سي، كورال بلوالمصرية التونسية، سمارت للطيران لخدمات رجال الاعمال، لوتس للطيران/ مصر للطيران اكسبريس.

- **النقل البحري واهم الموانيء** الرئيسية منها ميناء الاسكندرية وميناء بورسعيد حيث يتم النقل بالسفن الضخمة بسعة اكثر من ١٥٠٠ مسافر وتقدم للمسافرين امكانية السفر عبر البحر المتوسط،وهناك ايضا السفن الاصغر حجما والتي تتسع ١٠٠ كابينة وبالنسبة للسفن الضخمة فانها تتوقف في ميناء الاسكندرية اوميناء بورسعيد cruise ports لمدة يوم واحد فقط اما من اجل السفر الي القاهرة اومن اجل مشاهدة المعالم السياحية في مدينة التوقف، وتتيح قناة السويس ايضا امكان ربط البحرين المتوسط والاحمروبالتالي امكان السفر والتنقل بين المدن المطلة علي البحرين. كما توجد ايضا موانيء الغردقة، نويبع.
- **النقل النهري:** تسيرفي نهر النيل الفنادق العائمة من القاهرة وحتـــي اسوان وبين الاقصر واسوان وذلك بمتوسط ٤-٥ ايام ومن خلالهـــا يتعرف السائح علي مالدي مصر من مواقع اثرية ومناظر طبيعية.

ثانياً: تونس

أ ـ مقدمة عامة عن الدولة:

العاصمة: تونس

اللغة الرسمية: اللغة العربية، والفرنسية وتستخدمان في الحياة اليومية والتجارة.

نظام الحكم: جمهوري

الديانة: الاسلام٩٩%، الباقي مسيحيون، ويهود

وحدة العملة الوطنية: دينار تونسي

الموقع الجغرافي والمناخ : تقع تونس في أقصى شمال قارة إفريقيا وتحدها من الغرب الجزائر، ومن الجنوب الشرقي ليبيا. يمثل الجزء الشمالي من تونس المنطقة الأكثر ازدحاما بالسكان وهوعبارة عن منطقة جبلية أكثر خصوبة نسبيا من باقي المناطق التي يجري فيها النهر الرئيسي في تونس وهومجردة. ويتمثل وسط البلاد في مرتفعات شبه جافة .وتتحول التضاريس إلى أراض صحراوية قاحلة كلما اتجهنا نحوالجنوب باستثناء بعض الواحات. ويقع السهل الساحلي الرطب في الشرق بين خليجي الحمامات وقابس. وتمثل المروج والمراعي حوالي خمس مساحة الأراضي وتوجد مساحات محدودة من الغابات والأحراش. أما مناخ تونس فيتسم بأنه معتدل وترتفع درجات الحرارة خلال فصل الصيف.

بـ انماط السياحة في تونس:(*)

اولاً: السياحة الترفيهية الشاطئية:

تطل تونس بسواحلها الشرقية والشمالية علي البحر الابيض المتوسط مما جعلها مقصدا للسائحين الراغبين في المتعة والترفيه حيث

---

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية :

١- وزارة السياحة التونسية:

2- **TTI, Country reports, Tunisia,** Op.cit, pp.9,26,27.

٣- الجمهورية التونسية، وزارة الثقافة والمحافظة علي التراث، وكالة احياء التراث والتنمية الثقافية :

http://www.patrimoinedetunisie.com.tn, accessed : May , 2011

4- Wikipedia.org.

توجد بها عدد من المراكز الساحلية **مثل شبه جزيرة جرجيس** التي يجتمع فيها سحر البحر وجاذبية الصحراء، **جزيرة جربة** التي تمارس فيها كافة الانشطة البحرية كالسباحة والصيد بخلاف الرياضات المائية كالتزلج علي الماء، والقفز بالمظلات، وسباقات المراكب، كما تشتهر بميناء ومارينـــا حومة السوق الترفيهي الذي يتوافد عليه السائحون الراغبون في التجـــول بيخوتهم علي طول ساحل المتوسط .

هناك ايضا **ارخبيل قرقنة**، ومدينة المهدية، **ومدينـــة المنســتير** خاصة شاطئي سقانص والدخيلة مع وجود مارينا اليخــوت، المرســي، وهناك ايضا مدينة سوسة يوجد بها **مرسي القنطاوي**.

هناك ايضا مدينة الحمامات وبها مارينا يخوت وهي ايضا مكان مميز للصيد وجنوبها تقع مدينة ياسمين الحمامات، **وتوجد ايضــا مدينـــة نابل** عاصمة منطقة الوطن القبلي التي يطلق عليها ريفييرا شمال افريقية مقصد المشاهير ونجوم الفن والسياسة، ثم توجد مدينة قرطاج هناك ايضا توجد ضاحية سيدي بوسعيد، بخلاف مدينة **بنزرت**.

هذا بخلاف **طبرقة** التي يتعانق فيها الشاطيء مع سلســلة جبـــال خمير الخضراء وقد اوحي المكان الي الفينيقيين بتســميتها الـــذي يعنـــي المكان الظليل.

ثانياً: السياحة الثقافية:

تزخر تونس بتاريخ عريق يظهر بوضوح فـــي كثـــرة المواقـــع الاثرية والتاريخية والمتاحف، كما تتجلي في تونس العادات والتقاليد التي تمنحها خصوصية بين المقاصد السياحية في منطقـــة الشـــرق الاوســـط وشمال افريقية، وتتعدد المدن التي تجذب راغبي التعلم والثقافة كما يلي:

ففي **جربـــة** جنوب شرق تونس توجـــد المســـاجد والمنـــازل ذات **المعمارالفريـــد** وتشـــتهر الجزيـــرة بصـــناعة زيـــت الزيتـــون، حلـــي الفضة،والمنسوجات الصوفية وتوجد ايضا مدينة **قلالـــة** بجزيرة جربة وهي شهيرة بمتحفها ومتحف للاحضرية، كذلك تشتهر بصناعة الفخار، ويوجـــد شمال جربة ببلدية **حومة السوق** برج الغازي مصطفى وتحتوي المســـاحة المقابلة للبرج على فسقيات ضخمة لتزويد الأهالي بالماء، كذلك يوجد بـــرج

الرؤوس " الجماجم "، كما يوجد متحف الفنون التقليدية المعروف بسيدي الزيتوني،وايضا يوجد الجامع الكبير " جامع ابي مسور".

وفي قابس بالجنوب التونسي توجد مساكن البربر تحت الارض وموقع جيغتيس الاثري بالاضافة الي زاوية سيدي ابي لبابة.

اما مدينة مارث تقع في الجنوب التونسي يوجد بها متحف مارث اومتحف الحرب العالمية الثانية،وبه مجموعة من التحف التذكارية لمعركة مارث.

صفاقس وتقع علي ساحل خليج قابس وهي مدينة صناعة الزيتون في تونس، بها متحف للعادات والتقاليد الشعبية وهومتحف دار الجلولي شمال شرق مدينة صفاقس، ضريح الوليّ الصّالح سيدي منصور.

اما مدينةالمهدية جنوب العاصمة يطلق عليها مدينة الفاطميين حيث كانت موطن انطلاقهم الي مصر لبناء مدينة القاهرة، تظهر فيها ملامح الحضارة الاسلامية مثل برج المهدية ويضم سوقا اسبوعيا يوم الجمعة لبيع الحرير والحلي والاقمشة، والجامع الكبيرالذي بني علي اساس طرازه كافة العمائر الدينية الفاطمية.

يوجد ايضا المرفا القديم من اثار الحقبة الفاطمية، وبمحاذاته تقع دارصناعة السفن القديمة، وتتميز مدينة المهدية بتقاليدها وعاداتها المميزة خاصة في مجال الحلي التقليدية والازياء الحريرية المطرزة بالخيوط الذهبية، وكذلك في معمار المساكن وابوابها واسقفها وجدرانها المزينة بالزخارف النباتية، يوجد مسرح الجم ويسمي ايضا **قصر الكاهنة**، وهومسرح أثري يقع بمدينة الجمّ ثالث أكبر مسرح روماني في العالم، بعد كولوسيوم روما ومسرح كابوا.

المنستير تقع على بعد ٢٤ كم من سوسة و٨٠ كم من القيروان اسمها الروماني القديم " روسبينا " وتتميز بشوارعها المميزة المليئة بالحرفيين اصحاب الصناعات التقليدية، ويوجد دوار كورتين الذي يقدم الحياة التقليدية عبر الملابس والادوات.، ومن اهم معالمها مسجد بورقيبة وروضة ال بورقيبة.

اما بالنسبة لمدينة سوسة التي تقع بالقرب من العاصمة فمن اهم معالمها متحف الفنون والتقاليد الشعبية الذي يضم صور طقوس الـزواج والمهن التقليدية، كذلك يوجد المسجد الجامع ذوالنمط العسكري، والقصبة المصنفان كاحد مواقع التراث العالمي، بالاضافة الي متحف الفسيفساء، وكنائس منطقة النفيضة، ورباط سوسة.

كما توجد ايضا مدينة **الحمامات** في مفترق الطريق بين تونس العاصمة ومدينة سوسة التي تشتهر بعمارتها العربية الاسلامية.

وفي نابل في الشمال الشرقي التونسي يوجد مركز جورج سيباستيان الثقافي الدولي، وهي مدينة الصناعات التقليدية كالفخار والجرار الصفراء وهناك منطقة دار شعبان الشهير بالنقش علي الحجر بخلاف شهرة النساء بالتطريز لملابس الاعراس.

اما مدينة قليبية: تقع في ولاية نابل (عاصمة الوطن القبلي) في الشمال الشرقي لـالجمهورية_التونسية وتبعد عن العاصمة تونس مسافة ١٠٥ كم وتشتهر بقلعتها المتميزة، **توجد ايضا مدينة الهوارية** التي تقع على الطرف الشمالي الشرقي للوطن القبلي وتشتهر بالكهوف وكان يطلق عليها قديما بلاد الصقر وتستضيف سنويا مهرجان " الصيد بالصقور".

اما قرطاج: تقع بالقرب من مدينة تونس يوجد بها المتحف الوطني، والمتحف البحري الذي يعرض نماذج من الاسماك الحية والمحنطة، توجد ايضا حمامات انطونيون، واثار بعل والتانيت، بالاضافة الي المسرح الاثري الذي يشهد في فصل الصيف مهرجانا سنويا هذا بخلاف مهرجان قرطاج الدولي، ومهرجان السينما، ومهرجان اكتوبر للموسيقي، وعروض الموسيقي الاندلسية.

وهناك عدد من الكنائس اهمها داموس الكريطة والبازيليك البيزنطية في درمش، كما يوجد حصن حيدرة، والكاتدرائية القديمة.

وفي تونس العاصمة تعتبر المدينة القديمة هناك احد مواقع التراث العالمي المسجلة من اليونسكووهي عبارة عن متاهة من الازقة المتعرجة والقباب توجد بها منازل الاعيان مثل دار بن عبدالله الشهير الذي يمثل متحفا للفنون الشعبية، ودار الأصرم، دار باش ودار حسين،

دار حمودة باشا، ديوان دار الجلد، دار عثمان، وتوجد ايضا عدد من المساجد العثمانية مثل يوسف داي، حمودة باشا، سيدي محرز .

يوجد ايضا العديد من المساجد اشهرها جامع الزيتونة الذي يعد أول جامعة في العالم الإسلامي وثاني الجوامع التي بنيت في "أفريقية.

يوجد بها ايضا المسرح البلدي الذي تعرض فيه الحفلات الفنية والمسرحية وعروض الفنون الحديثة، كما يوجد ايضا المتحف العسكري الوطني بقصر الوردة. يوجد بها ايضا متحف باردوالذي يضم اهم مجموعات من الفسيفساء الروماني في العالم.

يوجد ايضا معبد ومتحف مدينة شمتوبولاية **جندوبة** التي تقع في أقصى الشمال الغربي للجمهوريّة، وهناك ايضا مدينة **الكاف** في الشمال الغربي من البلاد التونسيّة اهم معاقل الاسلام الصوفي بتونس.

توجد ايضا مدينة تستور وتقع على هضبة في حوض مجردة شمالي البلاد ومسجدها الجامع ذوالمئذنة الاندلسية، والقرميد الدائري، وزاوية سيدي نصير.

قرية سيدي بوسعيد تقع بالقرب من تونس العاصمة من اهم معالمها مسجد بوسعيد، والمقهي الشهير" القهوة العالية "، قصر النجمة الزهراء والذي يمثل متحفا للموسيقي العربية، بخلاف الابداع المعماري الذي يتجلي فيه.

وفي **بنزرت** يوجد المتحف البحري، القصبة، الحصن الاسباني وبها ايضا اوتيك : اقدم موقع فينيقي في تونس كما تزخر بالاثار الرومانية والسواري والاعمدة والنافورات كما يوجد في بنزرت مدينة **غار الملح** والتي تشتهر بوجود ترسانة، كما انها محاطة بثلاثة حصون، وقرية اندلسية ومصنفة ضمن مواقع التراث العالمي.

وتشتهر **طبرقة** التي تقع شمال الجمهورية التونسية بخزانات المياه، والحمامات الرومانية، بخلاف البازيليك الشهير، ومتحف الفلين المعروف بمتحف المثلوي.

اما مدينة مكثر والتي تبعد حوالي ١٦٢ كم عن تونس يوجد بها قوس تراجان، كما تشتهر مدينة **حيدرة** قرب الحدود التونسية الجزائرية بقلعتها وكنائسها.

اما **سبيطلة** في وسط غربي تونس: تحتوي علي ٥ كنائس.

توجد ايضا **مدينة تبربوماجوس** بولاية زغوان وهي مليئة بالاثار مثل الكابيتول، والكثير من المعابد.

هناك ايضا مدينة **دوز** التي تقع بالجنوب التونسي وتشتهر بسوق مدينة دوز، متحف التقاليد البدوية.

توزر: تقع في الجنوب الغربي للجمهورية التونسية بها متحف دار شريط اول متحف خاص اسسه رجل الاعمال عبد الرزاق شريط ويحتوي علي عدد كبير من التماثيل من الشمع والمنتوجات التقليدية المختلفة كما تحتوي إحدى الصالات على معرض للوحات الزيتية.

تطاوين: تقع في أقصى الجنوب الشرقي للجمهورية التونسية بها عدد من المواقع الاثرية مثل تيرت، عين الدوك، الدويرات، غمراسن حيث توجد المغارات التي سكنت منذ ما قبل التاريخ.

وفي **قفصة** كبري مدن الجنوب الغربي توجد المسابح الرومانية.د

اما مدينة القيروان فهي تبعد حوالي ١٦٠ كيلومتر عن تونس العاصمة، ويشير تاريخ هذه المدينة الي دورها الاستراتيجي في الفتح الإسلامي فمنها انطلقت حملات الفتح نحوالجزائر والمغرب وإسبانيا وأفريقيا بالإضافة إلى أنها مثوى لعدد من صحابة الرسول صلي الله عليه وسلم "، حيث يوجد بها مقام الصحابي أبي زمعة البلوي (سيدي الصحبي)، مقام سيدي عبيد الغرياني، مقام سيدي عمر عبادة ومن اهم معالم المدينة جامع عقبة بن نافع في القيروان، كما يوجد متحف الفن الاسلامي برقادة وهوايضا مركز للبحوث المختصّة في الحضارة الإسلامية بتونس، وبه بعض المقتنيات النادرة مثل المصحف الازرق، بئر بروطة، فسقيات الأغالبة بالاضافة الي جامع الأبواب الثلاثة، وتعد اهم مركز لصناعة السجاد (الزرابي القيروانية).

وتمتليء المدينة بالازقة والاسواق التي تقطعها ابواب زرقاء وقباب بيضاء، كما تسمي مدينة الثلاثمائة مسجد، وتعتبر المدينة العتيقة احد مواقع التراث العالمي.

ثالثاً: السياحة العلاجية:

يوجد عدة مراكزللسياحة العلاجية والاستشفاء علي الطريقة التونسية التقليدية الخاصة التي تراعي القواعد الطبية وتوفر المتعة في ذات الوقت سواء للرجال اوالنساء، كما توجد مراكز للمياه الحرارية، وايضا مراكز الاستشفاء بمياه البحر التي تستخدم مياه البحر فقط، وتطبق المعايير المعترف بها دوليا.

يوجد في جربة ١٢ مركزا، في المهدية مركزان، ثلاثة في سوسة والتي تعد مهد المعالجة بمياه البحر منذ عام ١٩٩٤ وهناك عدد من المراكز التي تقدم كافة اشكال المعالجة بتقنيات مميزة واطقم طبية تتميز بالكفاءة، يوجد ايضا ١٠ مراكز في الحمامات، ٣ مراكز في قرطاج، كما توجد بمحمية إشكل العديد من العيون الحارة الكبريتية، أشهرها "عين النقراز". يوجد ايضا مركز واحد في كل من المنستير وطبرقة، وهناك مدينة القربص الاستشفائية.

رابعاً: السياحة البيئية:

تعرف تونس بانها الخضراء لما تزخر به من مناظر طبيعية وثراء بيئي **<u>ففي جربة</u>** يوجد **منتزه جربة** أكسبلور " اكتشف جربة " الذي يضم قرية تقليدية وجزيرة مميزة للتماسيح.
هناك ايضا حديقة قرطاج لاند **<u>بياسمين حمامات.</u>**

<u>وفي تونس العاصمة</u> يوجد منتزه افريقية، كما يوجد منتزه **<u>البلفادير</u>** وهي منطقة خضراء تتعدد فيها انواع الاشجار والنباتات بوسط مدينة تونس، كما يوجد بها حديقة حيوانات.

ويوجد بتونس حوالي ثمانية محميات طبيعية تمتد من المنطقة الجبلية في الشمال الغربي الي المناطق الصحراوية ومن اشهرها **<u>محمية اشكل</u>** التي تقع في ولاية بنزرت والتي صنفت بقائمة "محميات الكائنات الحية ومحيطها"، وبالتالي فهي توجد على قائمة التراث الدولي الطبيعي والثقافي لليونسكومنذ ١٩٩١، وتستقطب بحيرتها الطيور المهاجرة بين اوروبا وافريقية، هناك ايضا المتحف البيئي (اشكل) فوق هضبة تطل على بحيرة اشكل.

توجد ايضا واحات الشبيكة، تمغزة، ميداس. **اما واحة قابس** فهي تجمع بين الواحة والجبال والبحار والصحاري في نفس الوقت، وتتميز بخليجها الواسع وطول سواحلها، كذلك يوجد واحة الحامة وشنني.

كذلك يوجد الحديقة الوطنية ببوهدمة جنوب البلاد وهي تنقسم الي ثلاث محميات المحمية الشرقية، محمية وادي هذاج، محمية الجنوب الغربي، وتحتوي علي ثروة نباتية وحيوانية كبيرة.(١)

خامساً: **سياحة المهرجانات**:

- من اهم المهرجانات: مهرجان الواحات الجبلية (تمغزة) في شهر مارس، مهرجان طبرقة لموسيقي الجاز في اغسطس، مهرجان الموسيقي اللاتينية، مهرجان موسيقي الراي، مهرجان قرطاج السينمائي،، مهرجان الاسفنج بجرجيس في يوليوواغسطس .كما توجد قاعات للفنون التشكيلية واروقة الفن في تونس العاصمة وابي سعيد، مهرجان عروس البحر بقرقنة في يوليوواغسطس.

يوجد المسرح الصيفي الموجود الذي يقام فيه سنويا في فصل الصيف مهرجان صفاقس الدولي.

سادساً: **السياحة الرياضية**:

أهمها سياحة الجولف حيث يوجد ٩ملاعب جولف تتوزّع في أرجاء البلاد، **سواء في الشمال** حيث الخضرة والغابات **أوالساحل** حيث البحر **أوالجنوب** برماله وواحاته .

تتمثل ملاعب الجولف في جولف قرطاج ١٨ حفرة – القنطاوي جولف كورس ٣٦ حفرة – فلامنقوجولف كورس، وبالم لينكس جولف كورس المنستير وكل منهما تحتوي علي١٨ حفرة و٩ للتدريب – ياسمين جولف كورس الحمامات ١٨ حفرة وجولف سيتروس بمدينة الحمامات ٣٦ حفرة و٩ للتدريب– طبرقة جولف كورس ١٨ حفرة – جربة جولف كلوب ٢٧ حفرة–جولف واحات توزر١٨ حفرة و٩ للتدريب، كما يوجد ملعب جولف المرجان في طبرقة

1-www.alarabonline.org/previouspages/Alarab%20Daily/2010/04/.../p10.pdf, accessed: Apr., 2011.

يمكن للسائحين ايضا ممارسة **رياضة الغوص بطبرقة** التي تشتهر بالمرجان، و**كذلك في الحمامات**، و**القنطاوي والمنستير والمهدية، وجربة** ويوجد ميناء صيد بحري في **قليبية**.

كما تشتهر **جربة** بصيد الاسماك وقد اقيمت في تونس عدد من الاحداث الرياضية الهامة من اهمها كاس الامم الافريقية عام ٢٠٠٤.

سابعاً: سياحة المؤتمرات:

توجد قاعة كبيرة للمؤتمرات بها العديد من القاعات في مدينة المنستير كما توجد عدد من الفنادق في قرطاج تحوي عددا من قاعات المؤتمرات التي تتسع اغلبها لاكثر من ١٠٠٠ شخص مما يمكنها من استقبال المؤتمرات الكبري.

ثامناً: السياحة الصحراوية:

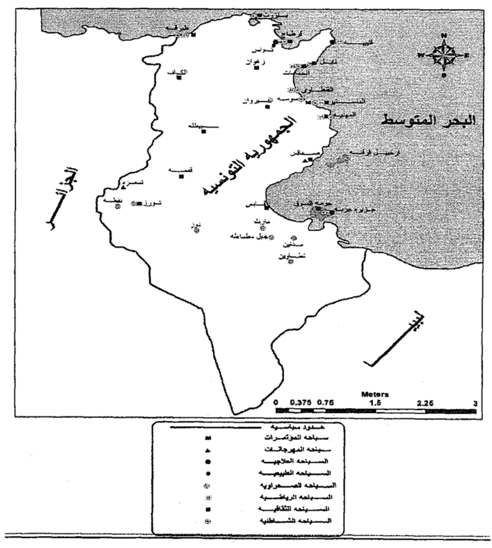
يقدم الجنوب التونسي فرصة رائعة لمحبي الصحراء للاستمتاع بالكثبان الرملية، والابار والواحات الرائعة، ويمكن للسائح التجول علي ظهور الجمال بصحبة ادلاء الصحراء، اوالتنزه بالدراجات النارية والسيارات رباعية الدفع، وركوب المناطيد، والطائرات الخفيفة ذات المحرك للقيام بجولة في اطراف الصحراء، هذا بخلاف التزحلق علي الرمال اوالاستمتاع بالتنزه علي القدمين.

بالقرب من تطاوين توجد **جبال مطماطة** في جنوب شرق تونس، وتشبه تضاريسها سطح القمر وتنموبداخلها اشجار التين والزيتون.

كذلك هناك مدينة **مدنين** موطن القصور الصحراوية ابرز ملامح الصحراء التونسية مثل قصرحدادة، قصر بني خداش وهي عبارة عن بيوت بسيطة وغريبة سكنوها أناس منذ القدم والآن تحولت الي متاحف في الجنوب التونسي واشهرها في تطاوين حيث يقام هناك سنويا مهرجان للقصور الصحراوية سنويا في ابريل من ميزاتها أنها باردة في الصيف ودافئة في الشتاء، كذلك توجد واحة قصر غيلان التي تمتلىء بالاثار الرومانية، به قصر الحدادة الذي اصبح فندقا نظرا لطبيعته المعمارية الفريدة.

كما توجد ايضا **واحات توزر ونفطة** يشتهران بالتمور، وغابات النخيل، وكذلك **مدينة دوز** التي تعد بوابة الصحراء التونسية وملتقي البدو الرحل وتشتهر بتربية الكلاب السلوقية، كما يقام بها مهرجان الصحراء الدولي في ديسمبر من كل عام، والذي يقدم الفنون الصحراوية مما ساهم في تطوير السياحة الصحراوية وهناك ايضا سباقات الخيول، كما يوجد ايضا متحف الصحراء الذي يستهدف إطلاع الزائر على الوسط الطبيعي ومكوناته النباتية، والحيوانية، وكذا حضارات الواحات وتقاليد الترحال من خلال المنسوجات والحلي.

خريطه توضح أنماط السياحه فى الجمهوريه التونسيه



شكل رقم (٢)

جـ الواقع السياحي في تونس:

هنا يتم استعراض الاسواق السياحية الرئيسية المصدرة الي تونس كتعبير عن جانب الطلب الحالي، كما يتم استعراض حجم الطاقة الفندقية، ووسائل الوصول للتعبير عن امكانيات العرض السياحي في تونس.

- **الاسواق السياحية الرئيسية:**

يمثل الاوروبيون والوافدون من دول المغرب العربي حوالي ٩٨% من حجم السياحة الدولية الوافدة الي تونس بينما تقل حجم السياحة الدولية الوافدة من الشرق الاوسط عن ١% (جدول ٢٩)

ويتضح ايضا من خلال الجدول رقم (٣٠) ان ليبيا تاتي في مقدمة الدول العربية الاسلامية المصدرة للسياحة الي تونس بنسبة حوالي (٦٣%) تليها الجزائر(٣٤.٥ %) ثم المغرب والسودان ويشكلان معا ما يقل عن ٢% من السياحة الوافدة الي تونس من الدول العربية الاسلامية وذلك لعام ٢٠٠٨

كما يتضح من الجدول ايضا الضالة الشديدة في نسبة مساهمة السياحة الوافدة من دول الخليج الي تونس وربما يعزي ذلك الي رغبة السائحين من دول الخليج في قضاء اجازات تتوافق مع قيم مجتمعاتهم خاصة في ظل الانفتاح الذي يتسم به المجتمع التونسي.[1]

1- Poirier, R., A., "Tourism and Development in Tunisia", ***Annals of Tourism Research,*** Vol.22, No., 1, 1995 PP. 157 -171.

\جدول (٢٩): عدد السائحين الدوليين الوافدين
الي تونس وفقا للمناطق السياحية الرئيسية٢٠١٠

الاسواق السياحية	عدد السائحين	النسبة الي اجمالي السائحين الوافدين ٪
الاوروبيين	٣٧٤٣٥٠٩	٥٤.٢
دول المغرب العربي (ليبيا، المغرب، الجزائر، موريتانيا)	٢٩٩٩١٠٠	٤٣.٥
الشرق الاوسط	٤٠٢٨٤	٠.٥
امريكا الشمالية	٣٦٢٧٥	٠.٦
متنوعة (افارقة – يابانيين– استراليين– صينيين – برازيليين – غيرهم)	٨٢٢٣٨	١.٢
المجموع	٦٩٠١٤٠٦	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة التونسية، السياحة في ارقام :

Le tourisme tunisien en chiffres 2009, op.cit.

جدول (٣٠): اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية الي تونس٢٠٠٨ (*)

الدولة	عدد السائحين (بالالف)	النسبة الي اجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية ٪
ليبيا	١٧٦٦٨٨١	٦٣
الجزائر	٩٦٨٤٩٩	٣٤.٥
المغرب	٣٢٤٣٠	١.٢
مصر	١٠٢٤٠	٠.٤
المملكة العربية السعودية	٧١٩٣	٠.٣
لبنان	٤٩٥٠	٠.١٧
سوريا	٣٩٦٠	٠.١٤
الاردن	٢٧٦٥	٠.١
الامارات العربية المتحدة	١٩٦٦	٠.٠٧
فلسطين	١٩٢٢	٠.٠٧
الكويت	١٨٥٩	٠.٠٧
عمان	١٣٧٥	٠.٠٥
العراق	١٣١٩	٠.٠٥
قطر	١٢١٢	٠.٠٤
اليمن	١٠٧٠	٠.٠٤
السودان	١٠٥٨	٠.٠٤
البحرين	٩٤٤	٠.٠٣
المجموع	٢٨٠٩٦٤٣	١٠٠

المصدر:

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004 - 2008, 2010 edition, op.cit, pp.817-818.

* الجدول من إعداد الباحثة.

- **الطاقة الفندقية**

زاد حجم الطاقة الفندقية في تونس سنة ٢٠٠٩ زيادة طفيفة بـــ٠,٦% لتبلغ ٢٣٩.٨٩٠ سرير مقابل ٢٣٨.٤٩٥ سرير ســـنة ٢٠٠٨ .كما تطور حجم الإستثمار في القطـــاع الســـياحي ليبلـــغ ٣٠٩,٣ مليون دينار خلال سنة ٢٠٠٩ مقابل ٢٥٣,٦ مليون دينار خلال سنة ٢٠٠٨ أي بنسبة زيادة هامة تقدر بـــ ٢٢%. [١] ومـــن المخطط زيادة الطاقة الفندقية الى ٢٦٠.٣ ألف سرير بحلول عـــام ٢٠١٤.

- **طرق الوصول والانتقال الى تونس:**

- **النقل الجوي:** تغطي الخطوط التونسية Tunis Air ٢٨ بلدا وأكثر من ٤٤ مدينة. منها أكبر المدن الأوروبية والشرق أوسطية والإفريقية[٢] ومنها القاهرة والدار البيضاء ، كما توجد ايضا عدد من شركات الطيران التونسية الخاصة.[*]

هناك ايضا عدد من المطارات اهمها مطار طبرقة الدولي مطـــار صفاقس الدولي- مطار توزر نفطة الدولي- مطار ققصـــة قصـــر الدولي مطار قابس مطماطة الدولي، وهناك توسعات في مطارات جربة الدولي، كما يوجد ايضا مطار تونس قرطاج الـــدولي الـــذي يستقبل وحده حوالي ٣٨% من السائحين الدوليين، كما انـــه مـــن المقرر ان يرفع مطار المنستير الحبيب بورقيبة الـــدولي امكانيـــة الاستقبال الي ٢٠ مليون مسافر سنويا.

---

1 - http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=32&L=1, accessed: Apr., 2011.

2 -http://www.tunisair.com.tn/

* من اهمها شركة قرطاج، وموريتانيا للطيران، وطيران السابع، وكورال بلـــووهي مصرية تونسية تعمل بنظام رحلات الطيران العارض غير المنـــتظم، يقـــع المقـــر الرئيسي للشركة في القاهرة، وتتخذ من مطار الغردقة الـــدولي مركـــزاً لعملياتهـــا بالإضافة لفروعها الأخرى في مطار القاهرة الدولي ومطار شرم الشـــيخ الـــدولي، تأسست الشركة عام ٢٠٠٦ وبدأت عملياتها فعلياً عام ٢٠٠٧، يمتلك رجل الأعمال التونسي بلحسن الطرابلسي نسبة ٦٥% من رأس المال، فيما تمتلك شركة أوراسكوم للفنادق والتنمية نسبة ٢٥%، وتمتلك شركة قرطاج للطيران نســـبة ١٠% الباقيـــة، تقدم كورال بلوخدماتها غير المنتظمة إلى العديد من الوجهات داخل أوروبـــا مثـــل المملكة المتحدة، بولندا، النمسا، إيطاليا وغيرها.

كما انه من المخطط لمطار النفيضة الدولي **ان يستقبل ٥ مليون مسافر سنويا.**

- **السكك الحديدية والطرق البرية** : تمتد داخل تـونس شـبكة مـن الطرق البرية بطول ٣١٠٠٠ كم من طرق السيارات التـي تـربط العاصمة بباقي المدن ومن المقرر عام ٢٠٠٨ انشاء طريق سـريع بطول ٥٠ كم الي الجم وصفاقس، وكذلك طريق للربط بين تـونس والمغرب خاصة وان الوافدين من المغرب الي تونس يـاتون فـي الغالب عن طريق البر، اما خطوط السكك الحديدية فتمتـد بطـول ٢١٦٧ كم الا انها لا تستخدم بكثافة في التنقـل اثنـاء الـرحلات السياحية.
- **النقل البحري واهم الموانيء:**

يوجد بتونس موانيء عديدة اهمها: بنـزرت، قـابس، سـفاقص، الصخيرة، وتعتبر ميناء لاجوليت الميناء الاول في استقبال السائحين الاوروبيين والامريكيين عن طريق البحر، ومـن المخطـط زيـادة الوافدين عن طريق البحر، وكذلك زيـادة مشـاركة اليخـوت فـي الانشطة البحرية، وايضا زيادة اعداد الاحداث الرياضية البحرية.

ثالثا: المغرب

أ- مقدمة عامة عن الدولة:

العاصمة: الرباط

اللغة الرسمية: اللغة العربية، وتستخدم الفرنسية في الحياة اليومية

نظام الحكم: ملكي دستوري.

الديانة: الاسلام ٩٨% والباقي مسيحيون ويهود.

وحدة العملة الوطنية: الدرهم المغربي

الموقع الجغرافي والمناخ: تقع المملكة المغربية في الركن الشمالي الغربي لإفريقيا. ويحدها مضيق جبل طارق والبحر الأبيض المتوسط من الشمال، ومن الغرب المحيط الأطلسي، ومن الشرق الجزائر، وتحدها جمهورية موريتانيا الإسلامية من الجنوب. ويمثل نهر درعا أطول الأنهار في المملكة المغربية بطول يبلغ ١٢٠٠ كم. توجد بها سلسلة الأطلس الساحلية والداخلية ويمثل جبل طوبقال اعلي قممها. تغطي الغابات عشر مساحة المملكة المغربية، والتي تمثل قيمة إقتصادية حيوية. وتتميز الصفة الجغرافية لمنحدرات جبال الأطلس الشرقية بمناخ شبه صحراوي.

المناخ عموما بحر أبيض متوسطي؛ معتدل في السواحل الشمالية والغربية وهذا بسبب تأثير المحيط الأطلسي؛ كما أنَّ المناخ شبه قاري في المنطقة الوسطى ويسوده المناخ الصحراوي في الأقسام الجنوبية من المملكة.

ب- انماط السياحة بالمغرب:

اولاً: السياحة الشاطئية الترفيهية: تشتهر المغرب كمقصد سياحي يعتمد علي السياحة الشاطئية اذ تطل بسواحل طويلة علي البحر الابيض المتوسط، والمحيط الاطلنطي، ويمارس فيها السائحون السباحة والصيد والرياضات المائية المختلفة بخلاف انشطة اليخوت من السعيدية إلى طنجة، مرورا بالحسيمة الجبهة والقصر الصغير.

فيما يعرض المحيط الأطلسي شواطئ متنوعة من طنجة التي تعتبر عاصمة لهذا النوع من السياحة وهي الميناء المغربي الاول خاصة للسائحين الوافدين من فرنسا وهي حلقة الوصل بين افريقيا واوروبا،

توجد ايضا أصيلة " ارزيلا "، ومولاي بوسلهام بـالقنيطرة، والمهدية، وتمارة، والصخيرات،، والدار البيضاء، كذلك توجد مدينة **الجديدة** "مازاكان" وهي مدينة ساحلية بالمملكة المغربية وعاصمة إقليم الجديدة، والوليدية وأسفي كذلك تمثل الصويرة مقصدا شاطئيا شهيرا علي المحيط الاطلسي، وتعد اغادير التي تقع علي ساحل المحيط الاطلنطي من اكبر المنتجعات الشاطئية، وسيدي إيفني والعيون.

ثانياً: السياحة الثقافية:

تشتهر المغرب بتاريخ عريق انتج عددا من المواقع الاثرية في المدن المغربية المختلفة مما جعلها مقاصد سياحية مميزة لراغبي التعلم والثقافة، وهي موزعة علي مدن واقاليم المغرب كما يلي:

مدينة الصويرة: هي مدينة مغربية مطلة على المحيط الأطلسي لها تاريخ عريق، وذات طابع معماري متميز وتحتوي على العديد من الساحات والأسوار ذات الابواب الضخمة .

الدار البيضاء: يوجد بها مسجد الحسن الثانى المعلم الرئيسي بالمدينة وهواكبرمساجد العالم بعد مسجد الحرمين الشريفين،وقد بدأ تشييد هذا المسجد في عام ١٩٨٧ لينجز في الثالث من اغسطس من عام ١٩٩٣ ويستوعب المسجد ١٠٥ آلاف مصل. يقع على البحر، لان الملك الراحل الحسن الثاني اراد ترجمة الاية الكريمة: (وكان عرشه على الماء)، وهوتحفة فنية يطغى عليه الرخام الاصفر، وواجهته مطعّمة بالفسيفساء.

يوجد ايضا عدد كبير من المواقع الاثرية في العرائش، لكسوس، كوتا، بناس، والطاووس، كما توجد ما يعرف باسم الزوايا التيجانية المرتبطة بالطرق الصوفية وللزوايا عدة مهام تتمثل في إيواء الغرباء والمساكين والضيوف وإطعامهم، إقامة الصلوات الخمس، تلاوة القرآن الكريم وتحفيظه، ذكر الأوراد التيجانية وأخيراً تعليم النشء اللغة العربية وعلوم الدين المختلفة. واهمها في بلدة بوسمغون.

مدينة الرباط: عاصمة المملكة المغربية وتقع على ساحل المحيط الأطلسي، وهي أيضا مدينة المتاحف، فهناك متحف الأوداية الذي يعرض قطعا فنية مختلفة من الخزف والحلي والملابس التقليدية والمطرزات والسجاد وبعض المخطوطات كما يوجد ايضا متحف الفنون الشعبية.

وفي المدينة الحديثة يوجد متحف الآثار القديمة، ويقـدم للزائـر نماذج من القطع التي تعود إلى عصر ما قبل التاريخ، وأخرى إلى العصر الإسلامي الوسيط.

توجد ايضا قصبة الأوداية تتميز بمنشأتها العسكرية وهـي فـي الأصل قلعة محصنة، ذات تـاريخ متميـز، سـورها وبابهـا الأثـري الكبيريعتبران من رموز الفن المعماري، بالإضافة إلى مسجدها المعروف بالجامع العتيق كما ان بها ايضا برج صقالة.

مسجد حسان وهومن اهم المباني التاريخية المميزة في العاصمة المغربية وقد أضافت منظمة اليونسكو للتراث العالمي هذا الموقع لقائمتها عام ١٩٩٥ في فئة الثقافة.

<u>مدينة طنجة</u>: تقع شمال المغرب يوجـد بهـا متحـف الفنـون المغربية، ومتحف الاثار في دار المخزن.

<u>مدينة تطوان</u>: تقع علي ساحل البحر المتوسط وتتميز بالاحتفـاظ بالحضارة العربية الاندلسية في احيائها القديمة.

يوجد بها متحف تطوان الأثري، ويعرض بهذا المتحـف بقايـا أركيولوجية اكتشفت معظمهاعن طريق حفريات منتظمة أجريت بشـمال المغرب وهي مجموعات هامة من الخـزف والأمفـورات والفسيفسـاء والنقائش والنصب التذكارية، كما يعرض أدوات حجرية وبقايا حيوانيـة وإنسانية تعود إلى فترة ما قبل التاريخ.

<u>مدينة مكناس</u>: تقع في شمال المملكة من أعظم آثارها التي تدهش السياح باب المنصور الضخم المشهور بنقوشه الفسيفسائية وضريح مولاي إسماعيل، ومسجد بريمة، وسيدي عثمان، والقصر الجامعي الـذي يعـد متحفا للفن المغربي.

وتعد مكناس مدينة الحضارة العربية الإسلامية، وهوما أهلها عن جدارة واستحقاق لأن تصبح باعتراف المجتمع الدولي تراثا انسانيا عالميا، كما تقع بجانب المدينة بقايا المدينـة الرومانيـة القديمـة Volubilis " فيلوبيليس".

<u>مدينة فاس</u>: تقع شمال شرق مدينة مكناس وتعد العاصمة الروحية للمغرب وهي أول مدينة إسلامية في بلاد المغرب كما تعد المدينة القديمة فيها ضمن قائمة المواقع التراثية العالمية. بها ايضا واحدة من اكبر المكتبات وبها نسخة من القران الكريم ترجع للقرن التاسع عشر كما تقع بها جامعة القرويين العريقة. **يوجد بها ايضا متحف البطحاء** الذي يضم عددا كبيرا من المخطوطات والقطع النحاسية والخشبية والجبسيه إضافة إلى الرخاميات والمسكوكات والحلي والألبسة والمنسوجات والزليج والخزف.

كما انها تعد سوقا للمنتجات الحرفية التذكارية التي يقبل السائحون علي شرائها بشوارعها الضيقة ومن اهم هذه المنتجات الفخار، المنتجات النحاسية، المشغولات الفضية، بخلاف العباءات المغربية الشهيرة.

<u>مدينة مراكش</u> هي ثالث أكبر مدينة مغربية تقع في جنوب وسط المغرب .معناها باللغة الامازيجية "بلاد الله، ووصفت مراكش بأنها المدينة الحمراء، وهناك عدد من المساجد في مراكش عددها مائة وثلاثة وعشرون مسجدا أهمها: جامع الكتبية ومئذنتها الشهيرة مسجد المنصور الموحدي، مسجد الشيخ سيدى محمد صالح مسجد حارة الصورة مسجد الشيخ الجزولي مسجد مولاي اليزيد مسجد القصبة، مسجد محمد.

هناك ايضا عدد من الابواب التاريخية مثل باب سليم- باب الخميس- باب الجديد- باب دكالة- باب النقب - باب الرحى - باب القصيبة- باب الشارية -باب المخزن- باب بريمة - باب تاغزوت- باب الغرازة - باب الفتوح- باب أمين بن محمد المنفلوطي- باب إغلي.

اما اهم معالم مراكش فهي ساحة جامع الفنا، وتعتبر هذه الساحة القلب النابض لمدينة مراكش، ومقصدا للزوار من كل أنحاء العالم للاستمتاع بمشاهدة عروض مشوقة لمروضي الأفاعي والعرافين، وتجار الاعشاب ورواة الأحاجي والقصص، والموسيقيين والمشتغلين بالسحر، وبائعي الكحل والحناء بالاضافة الي بائعي السجاد والمجوهرات والنحاس والصوف والجلود والفخار وهذا التفرد كان وراء إدراج هذه الساحة في قائمة التراث العالمي التي أعلنتها منظمة اليونيسكو عام 2001 وفي المساء تتحول الساحة الي مطعم مفتوح.

يوجد ايضا بمراكش بقايا القصر البديع، كذلك يوجد **متحف دار سي سعيد** الذي يجمع خلاصة الفنون المغربية، **كما يوجد قصر الباهية.**

<u>**مدينة ورزازات:**</u> تقع مدينة ورزازات إلى الجنوب الغربي من مدينة مراكش وتبعد عنها بحوالي ٢٠٠ كيلومتر. **ورزازات** عبارة أمازيغية مركبة من كلمتين "وار" وتعني: دون و"زازات" وتعني: الضجيج اي تعني دون ضجيج . يوجد بها **قصر ايت بن حدو**، وهوعبارة عن تجمع بنايات تقليدية شيدت من الطين ومحاطة بسور دفاعي مقوى بالأبراج، ويعتبر هذا القصربهندسته المتميزة، نموذجا للسكن التقليدي بالجنوب المغربي، وقد تم تسجيل قصر آيت بن حدوسنة ١٩٨٧ ضمن التراث الإنساني العالمي، وصُورت به العديد من الأفلام العالمية الشهيرة التي تحكي قصصا تحمل تراث المنطقة باكملها. وقد ادركت الحكومة المغربية ان تصوير الافلام في المواقع المغربية له اثاره في تشجيع صناعة السياحة مثل: Lawrence of Arabia ١٦٩٢، The Jewel of the Nile ١٩٨٥، Jesus of Nazareth ١٩٧٧، The Last Temptation of Christ ١٩٨٨، The Mummy ١٩٩٩، ألاسكندر الاكبر «Alexander The Great»عام ٢٠٠٤ واخيرا كانت المغرب مكانا هاما لتصوير الفيلم العالمي الشهير " مملكة الجنة " Kingdom of Heavens للمخرج Ridley Scott .

ثالثاً: **السياحة البيئية**:

تمثل السياحة الطبيعية بعدا هاما للمنتج السياحي المغربي، وتتنوع بين المحميات والحدائق والواحات والاودية، فتوجد محمية سيدي بوغابة على مقربة من مدينة القنيطرة التي تقع على الساحل الأطلسي، على بعد ٤٠ كم شمال العاصمة .

يوجد ايضا بمدينة مراكش حدائق اكدال وهي منتزه طبيعي على مشارف مراكش بالمغرب وهي مليئة بالأشجار المثمرة وهي تعد مكانا مميزا للاستمتاع بالهدوء والاسترخاء من ضوضاء مراكش.

كما ان هناك في <u>**الصحراء المغربية**</u> **في الجنوب** وادي زيز الذي يحتوي علي عين مسكي الزرقاء ذوالشهرة العالمية، كما ان **هناك الكثبان**

الرملية لمرزوكة باقليم الرشيدية والتي تعد من روائع الطبيعية التي يزخر بها المغرب، يوجد ايضا سهل تودغا الذي يعتبر من أجمل الواحات المتواجدة في جنوب المغرب، كما ان هناك واحة كلميمة التي تتميز بمناظرها الطبيعية وسحر قصورها التي تتمركز بين النخيل، هناك ايضا واحة الجرف وتوروك التي تمتد على طول ضفة نهر غريس وتحيط بها مناظر طبيعية خلابة بالإضافة إلى أشجار النخيل والزيتون.(١)

رابعاً: سياحة المهرجانات:

تشتهر المغرب بالمهرجانات المختلفة ومن اشهرها الملتقى الشعري لفاس، المهرجان الدولي للعود بتطوان، ملتقى الأندلسيات بمدينة شفشاون، مهرجان فاس لفن الطبخ في اكتوبر، مهرجان الصيف الموسيقي للشباب بمدينة الجديدة، مهرجان الموسيقى الروحية بفاس، مهرجان الواحة بمدينة فكيك المغربية (٢)، موسم سيدي علي بوغالب بمدينة فاس، مهرجان فن الشعر والغناء الأمازيغي بمدينة ميدلت المغربية، مهرجان الفنون الشعبية، مهرجان الدقة، المهرجان الدولي للفيلم بمراكش، الموسم الثقافي بارزيلا في اغسطس وسبتمبر، موسم الخطبة باملشيل، موسم مولاي ادريس فاس شهرسبتمبر، مهرجان التمور بارفود في اكتوبر.

خامساً: السياحة الرياضية:

تتنوع بين الرياضات المائية وتسلق الجبال وركوب الدراجات في الجبال، وصيد الطيور، بخلاف الجولف حيث يوجد بالمغرب ١٧ ملعب جولف اهمها ملعب دار السلام في الرباط والذي يستضيف دورة الملك محمد السادس السنوية وبه ٤٥ فتحة للعب، وكذلك الملعب الملكي بمدينة فاس، وكذلك الملعب الملكي بالقرب من مدينة كازابلانكا والذي افتتح عام ١٩٩٣، وكل منها به ١٨ فتحة.

1-http://www.region-meknes-tafilalet.ma/portal/media-type/html/user/anon/page/touristeAr1.psml?noteId=3217, accessed: Jul, 2011.

٢- المهرجان الدولي الرابع لثقافة الواحات بفكيك :
http://www.maghress.com/alittihad/108624, accessed: Jul, 2011.

اما **بالنسبة للرياضات الشتوية** فتعتبر منطقة أوكايمدن التي تقــع علي بعد ٦٠ كم من مراكش أهم محطات التزلج علـــى الجليـــد،والأكثر استقطاباً للزوار، خلال فصل الشتاء كما توجد إيفران أشهر منتجع سياحي في عمق جبال الأطلس المتوسط، والتي تلقب بسويسرا المغرب، نظـــراً لمواصفاتها الطبيعية، حيث الشلالات والبحيـــرات والغابـــات والوديـــان والتلال والسهول وثلوج الشتاء كما تشتهر ميشليفن (التي تقع بالقرب من ايفرانبموقعها ومؤهلاتها الطبيعية، وتتميز بوجودها وسط غابـــات الأرز، على ارتفاع ٢٠٠٠ متر، وهي مقصد مميز للراغبين في التـــزلج علـــى الجليد.[١]

سادساً: السياحة الجبلية:

في فصل الصيف تبرز اهمية رياضات تســلق الجبـــال (جبـــال اطلس)، والتي تنشط بصفة خاصة في ضواحي مراكش، وأزيلال بالسفح الشمالي، وفي سكورة ومكونة وتنغير وكذلك يوجد جبل توبقال أعلى قمة في الوطن العربي وثاني أعلى قمة على مستوى القارة الافريقية بعد قمة جبل كيليمنجاروفي تانزانيا، ومن يصل القمة يكون له شرف تدوين اسمه على هذا النصب للذكرى. كما يتدفق على هذه الجبال هـــواة المحميـــات الطبيعية، وخصوصا محمية توبقال، كذلك توجد ايضا ركوب الـــدراجات علي الجبال.

يوجد ايضا ماراثون الصحراء هوسباق التحمل عبر الصـــحراء الكبرى في المغرب وأصعب ما في ذلك السباق هوأن درجة الحرارة فيه تصل إلى ٥٠ درجة مئوية. ويركض المتســـابقون علـــى أرض رملـــة وصخرية.[٢]

١- جبال المغرب.. ثلوج للرياضات الشتوية وشلالات لربط المرتفعات بالسهول:
http://www.sfari.com/forums/sfari9/travel19630/, accessed: Jul, 2011.

٢- أصعب ١٠ سباقات في العالم لـــ "أقوى الأقوياء ":
http://www.actionha.net/articles/4069, accessed: July, 2011.

سابعا : السياحة القروية:(*)

تعد هذا النمط في المغرب رهانا حقيقيا لتطوير وتنمية القطاع السياحي كما وكيفا وقد تم وضع هذا النمط كاحد اولويات الرؤية الاستراتيجية للسياحة المغربية (رؤية ٢٠١٠) وبدات تنمية هذا النمط منذ سنة٢٠٠٤، وهويتطلب بالاساس توفيرالبنية التحتية كالطاقة الكهربائية والطرق ومياه الشرب.

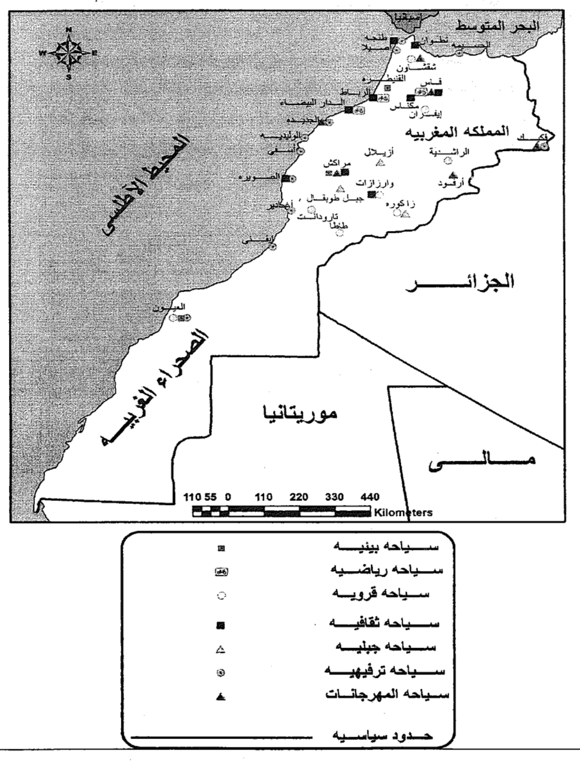
وتتوزع المقاصد الخاصة بهذا النمط بين مناطق الأطلس والصحراء والريف. وهذا هوما جعل المغرب، يعمل على تنمية هذا القطاع سواء بمناطق حديثة العهد بالأنشطة السياحية القروية مثل شفشاون، وإفرين، أوبتلك المناطق التي توجد بها أنشطة سياحية لكنها تحتاج إلى التأهيل والدعم مثل الأطلس الكبير وصحراء الرشيدية، وورزازات وزاكورة.

وقد استهدفت الاستراتيجية بناء ٢٠ مأوى (منزل)، من بينهم٩بدأت في عرض خدماتها، في تارودانت، وتيزنيت، وورزازات، والحوز، وطاطا، وشتوكا، أيت باها، والراشيدية، وزاكورة.

---

* ومعلوم أن مشروع السياحة القروية هذا، هوثمرة برنامج للتعاون بين وكالة التنمية الاجتماعية المغربية والوكالة الفرنسية للتنمية. ويستفيد من الدعم المالي من الاتحاد الأوروبي بمساهمة عدد من الجمعيات المحلية، بهدف المساهمة في التنمية المحلية للمناطق المعنية وحفز اقتصاداتها كما يستهدف المشروع حفز الفرص للمغاربة القاطنين في القرى وثنيهم عن اللجوء للهجرة .ويشجع أيضا المهاجرين المغتربين في الخارج على العودة إلى بلدهم والاستثمارفيها وهناك ماهوتحت التطوير في أقليم الشمال: " بتطوان والعرائش، وايضا بالمنطقة الشرقية بالاضافة الي تلك المقرر اقامتها بالصحراء المطلة على الساحل الأطلسي.

خريطه توضح أنماط السياحه فى المملكه المغربيه



شكل رقم (٣)

جـ الواقع السياحي في المغرب:

يتضمن هذا الجزء استعراض الاسواق السياحية الرئيسية المصدرة الي المغرب كتعبير عن جانب الطلب الحالي، كما يتم استعراض حجم الطاقة الفندقية، ووسائل الوصول تمثيلا لامكانيات العرض السياحي الحالي في المغرب.

- **الاسواق السياحية الرئيسية:**

جدول (٣١): الاسواق السياحية الرئيسية للمغرب ٢٠٠٩

الاسواق المصدرة	اعداد السائحين	النسبة من اجمالي السياحة الوافدة ٪
المغاربة القاطنون في الخارج	٤٠٤٨٢٧٩	٤٨.٥
فرنسا	١٦٩٩٢٠١	٢٠.٤
اسبانيا	٦٤٢٨١٧	٧.٧
المانيا	١٧٤٣٨٤	٢
المملكة المتحدة	٢٥٢٩٤٥	٣
ايطاليا	١٧٧٩١٥	٢.١
بلجيكا	١٨٨١٠٨	٢.٣
اخري	١١٥٧٥٨٨	١٣.٩
الاجمالي	٨٣٤١٢٣٧	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح إلى نقط الحدود ٢٠٠٩ :

www.**tourisme**.gov.ma/index_ar.htm, accessed: June, 2011.

يتضح من الجدول السابق(*) ان اهم هذه الاسواق المغاربة القاطنون في الخارج، ثم الاوروبيون (فرنسا، اسبانيا، تليها المملكة المتحدة، ايطاليا، بلجيكا).

يوضح ايضا جدول (٣٢) ان مواطني الجزائر هم اكثر زائري المغرب نظرا للتقارب الجغرافي وسهولة اجراءات الحدود ٢٦.٧%، كما اتضح ايضا ان المملكة العربية السعودية اكثر دول منطقة الشرق الاوسط

---

* الجدول من اعداد الباحثة.

تصديرا للسائحين الي المغرب بنسبة ١٩.٨% ثم تاتي تونس ١٤.٦بنسبة % ثم مصر ٧.٧ % وتتضاءل نسبة مساهمة بـــاقي دول الخلـــيج الـــي اجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية الي المغـــرب حيـــث تمثل السياحة الوافدة من الامارات العربية المتحدة حوالي ٥.٦% بينما لا تتجاوز حجم السياحة الوافدة من باقي دول الخليج ٨ %.

جدول (٣٢): السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية الي المغرب ٢٠٠٨(*)

الدولة	عدد السائحين (بالالف)	النسبة لاجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية ٪
الجزائر	٥٨٦٥٠	٢٦.٧
المملكة العربية السعودية	٤٢٩٢٤	١٩.٥
تونس	٣٢٠٦٨	١٤.٦
الاردن	٤٦١٤	٢
عمان	٤٤٠٩	٢
مصر	١٦٩٧٧	٧.٧
ليبيا	١٦٠٢٦	٧.٣
الامارات	١٢٣٨٤	٥.٦
الكويت	٧٥٦٢	٣.٤
لبنان	٧٥١٠	٣.٤
سوريا	٥٣٠٩	٢.٤
قطر	٢٨٨٢	١.٣
البحرين	٢٧٨١	١.٣
السودان	١٦٣١	٠.٧
العراق	١٥٣٧	٠.٧
اليمن	١٤٨١	٠.٧
فلسطين	١٠٩٠	٠.٥
المجموع	٢١٩٨٣٥	١٠٠

المصدر:

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004 - 2008, 2010 edition, op.cit, pp.536,539

* الجدول من اعداد الباحثة.

- **<u>الطاقة الفندقية</u>:** تطورت عدد الاسرة من حوالي ٩٧٠٠١ سرير عام ٢٠٠١ الي ١٥٢٩٣٦ سرير عام ٢٠٠٨ وذلك بزيادة تقدر بحوالي ٥٨%، وتحتل مراكش واغادير والدار البيضاء اكبر نصيب من الطاقة الفندقية بالمملكة حوالي ٥٦%.

جدول رقم (٣٣): حجم الطاقة الفندقية

موزعة علي المدن السياحية بالمغرب لعام ٢٠٠٨. (*)

المدن السياحية	الطاقة الفندقية (عدد الاسرة)	النسبة المئوية الي اجمالي الطاقة الفندقية ٪
مراكش	٤٤٣٩٤	٢٩
أكادير	٢٨٦٠٥	١٨.٧
الدار البيضاء	١٢٧٦٢	٨.٣
طنجة	٧٤٣١	٤.٩
فاس	٧٢٢٤	٤.٧
ورزازات	٧٠٠٦	٤.٦
الرباط	٤٨١٢	٣
تطوان	٤٣٥٩	٢.٨
مكناس	٣١٣٩	٢
الصويرة	٣٣٢٢	٢.٢
اخري	٢٩٨٨٢	١٩.٥
المجموع	١٥٢٩٣٦	١٠٠.٠٠

المصدر: وزارة السياحة المغربية، الطاقة الفندقية:

http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm, accessed: April, 2011.

- **<u>طرق الوصول والانتقال الي المغرب:</u>**

- **<u>النقل الجوي</u>: يوجد في المغرب ١٢ مطارا رئيسيا تستقبل السائحين وأهم المطارات** اغادير (مطار المصرية)، مطار كازابلانكا (مطار محمد الخامس)، مطار الجديدة، مطار الصويرة، مطار الحسيم،

---

* الجدول من اعداد الباحثة .

مطار الرشيدية، مطار العيون، مطار الناظور، مطار فاس، مطار مراكش (منارا)، مطار الرباط، مطار طنجة، مطار وجدة، مطار العيون.

وتعتبر Royal Air Maroc الناقل الجوي الوطني وتعمل علي تشغيل خطوط للطيران المنتظم، كما ان هناك زيادة في اعداد الناقلات ذات التكلفة المنخفضة LCC، هناك ايضا شركات اخري تعتمد علي رحلات الطيران العارض اومنخفضة التكاليف(*) كما وقعت المغرب علي اتفاقية السماوات المفتوحة مع الاتحاد الاوروبي.

ويعتبر مطار كازابلانكا هوالمطار المحوري سواء للرحلات الداخلية او الدولية.

- **النقل البري والسكك الحديدية:** تمتد داخل المملكة شبكة من الطرق يصل طولها الي ٥٧٧٩٩٠٠ كم، ولديها شبكة للسكك الحديدية تمتد بطول ١٩٠٧ كم عبر مؤسسة "ONCF" حيث تقدم خدمة السفر بالقطارات بين المدن الرئيسية مثل كازابلانكا، الرباط، مكناس، طنجة، فاس.
- **النقل البحري: يوجد بالمغرب عدد من الموانيء الرئيسية مثل** ميناء كازابلانكا، اغادير، الناظور، صافي، طنجة. ويصل اليها سنويا ما يقارب ربع مليون سائح.

---

* **من اهم هذه الشركات موندإير** وهي شركة طيران مغربية تتخذ من أغادير مقرا لها،وشركة **جيت فور** يووهي شركة طيران مغربية خاصة، تعمل بنظام الطيران منخفض التكلفة. كذلك توجد شركة **اطلس بلو**وهي شركة طيران مغربية خاصة، كانت تتبع نظام الطيران منخفض التكلفة، وهي شركة فرعية لشركة الخطوط الجوية الملكية المغربية وقد تم إدماج أطلس بلومع الخطوط الملكية المغربية مع نهاية ٢٠٠٩ **العربية المغرب** هي شركة طيران مغربية خاصة، تعمل بنظام الطيران منخفض التكلفة، وهي إحدى الشركات التابعة لشركة العربية للطيران، وتعد العربية للطيران المغرب مشروع مشترك بين شركتي العربية للطيران، والخطوط الجوية المغربية.

٣- ملامح رئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في دول التكتل المختارة (*):

كان من الضروري الاطلاع علي استراتيجيات التنمية السياحية في دول التعاون المختارة بما يسمح بالتعرف علي الاهداف الاستراتيجية للتنمية السياحية في كل منها بما يعد نقطة البدء في التعرف علي الجوانب الممكن التعاون وتنسيق العمل فيها سواء فيما يتعلق بتنمية السياحة البينية اوالدولية، وفيما يلي اهم الملامح الرئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول المختارة.

ا: ملامح استراتيجية التنمية السياحية في مصر:

تستهدف إستراتيجية السياحة المصرية:

أ- الترويج لمصر كمقصد سياحى متنوع في الانماط السياحية على مدار العام ومؤهل لزيارة متكررة وذلك من خلال استخدام عدد من الوسائل الترويجية المختلفة دوليا واهمها **الحملات الاعلانية عبر** استخدام الاذاعة والتلفزيون والصحافة والانترنت مع دعم شبكة مهنية Co-Publicity مع كبرى شركات السياحة بالخارج لتكوين شراكة تسويقية بهدف تحفيزوزيادة حركة البيع المباشر لمصر.

ب - تحسين صورة المنتج السياحى المصرى على المستوى الدولى والعمل على تحقيق أعلى مستوى من الجودة فى الخدمات التى يتلقاها السائح والحرص على تناسب هذه الخدمات وأسعار الرحلات السياحية.

ج- الاهتمام بالسياحة البينية ترويجيا عن طريق القوافل العربية، ومهنيا عن طريق التعاون في مجال التدريب، وتاهيل العمالة.

د- **برنامج دعم الشارتر** وهونوع اخر من برامج الشراكة التسويقية مع كبرى شركات الطيران العارض.

هـ- **مواصلة تنمية وتسويق ودعم الانماط السياحية القائمة مع** استحداث انماط سياحية جديدة ومراكز سياحية جديدة في اطار التنمية السياحية

---

*يستعرض هذا الجزء الملامح الرئيسية لهذه الاستراتيجيات ولمزيد من الاطلاع راجع المواقع الاليكترونية لوزارات السياحة للدول الثلاث، وراجع ايضا:
لمياء حفني، **اعمال شركات السياحة ووكالات السفر**، الاسكندرية : دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٨، ص ص ٢٦ - ٢٨.

المستدامة، وتشجيع الاستثمار بشكل عام وفي هذه الانماط بشكل خاص من خلال تقديم تيسيرات وحوافز للمستثمرين وتطوير الإطار القانونى والمؤسسى.

ب: ملامح استراتيجية التنمية السياحية في تونس

(**المخطط الثاني عشر للتنمية ٢٠١٠-٢٠١٤**):

١. مواصلة تنمية وتسويق ودعم الانماط السياحية القائمة خاصة السياحة الترفيهية الشاطئية – سياحة الجولف – السياحة الثقافية – السياحة العلاجية – السياحة الصحراوية مع وضع استراتيجية اتصال وحملات دعاية خاصة بالمنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية لاسيما سياحة المسنين وسياحة الأفراد individual tourism

٢. ملاءمة إستراتيجية التسويق لتطورات السوق السياحية العالمية مثل:

أ- استخدام شبكة الانترنت في تسويق المقصد التونسي تماشيا مع التطور المطرد لاستعمال الأنترنت في العالم

ب- تكثيف البرامج التنشيطية والتظاهرات الثقافية خاصة المهرجانات الدولية.

ج- فتح الأجواء أمام شركات النقل الجوي المنخفض التكلفة Low Cost Carrier (LCC)

د- مواصلة تدعيم سياحة الجوار الموجهة للأسواق الليبية والجزائرية.

١- <u>إرساء ثقافة الجودة صلب المؤسسات السياحية</u> من خلال إعادة تصنيف منشات الاقامة طبقا للمواصفات الجديدة ٢٠٠٥ للارتقاء بالمنتج السياحي التونسي من خلال الاستغلال الامثل للمقومات السياحية وتعزيز البنية الأساسية.

ج- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في في المغرب (**رؤية ٢٠٢٠**):

تهدف رؤية ٢٠٢٠ إلى:

١- جعل المغرب من بين الوجهات السياحية العشرين الأولى على مستوى العالم، ومضاعفة عدد الوافدين من السياح الأجانب وتنمية مناطق سياحية جديدة.

٢- ترتكز رؤية ٢٠٢٠ على محاور الجودة والتنمية المستدامة وبــذلك سيأخذ المغرب بعين الاعتبار حماية الموارد الطبيعية والحفاظ على الأصالة الاجتماعية- الثقافية للجهات والتنمية ورفاهيــة السـكان المحليين.

٣- تعمل هذه الإستراتيجية الطموحة إلى توجيه تدفقات الاستثمارات نحوتطوير منتجات سياحية جديدة، من خلال تعبئة قوية للموارد المالية الوطنية والدولية، وذلك من خلال انشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية بالتعاون بين الدولة والقطاع السياحي، ومن جهة أخرى وضع شراكة مستدامة مع صــناديق الــدول الصــديقة المستعدة لدعم هذا البرنامج الاستثماري.

رابعاً: ملاحظات عامة علي الاستراتيجيات الثلاث:

من خلال الاطلاع الكامل علي الاستراتيجيات الثلاث تبين ما يلي:

أولا: وجود شيء ثابت في الاستراتيجيات الثلاث وفقــا لمهــام ورؤيــة الوزارات وهواعتبار صناعة السياحة شريكا أساسيا في الاقتصاد، والرغبة في تحقيق اهداف اقتصادية كمية مثل: خلق فرص العمل، زيادة القدرة الأستعابية للفنادق، وزيادة اعداد الســائحين الوافــدين وذلك في اطار خطة قواعدها الجودة والتنمية المستدامة تســتهدف رفاهة المواطن مع احداث شراكة بين القطــاع الخــاص اوقطــاع الاعمال وبين الحكومة.

ثانياً: وجود هدف التعاون الاقليمي فــي الســياحة البينيــة فــي مصــر بالتركيزعلي الحملات الترويجية والتعاون المهني، بينما يتواجد في استراتيجية المغرب في صورة استثمارات سياحية، ويقتصــر فــي الاستراتيجية التونسية علي جذب اســواق المغــرب العربــي دون الاهتمام بالسياحة الوافدة من الشرق الاوسط ويؤكد ذلك انخفــاض نصيب تونس من السياحة الوافدة من الشرق الاوسط لاقل من ١%.

ثالثــاً: تتفق الاستراتيجيات الثلاث في الحفاظ علي النصيب السوقي مــن الاسواق التقليدية، والانماط السياحية القائمة مع الرغبة في استحداث انماط سياحية جديدة خاصة لسياحة الاهتمامات الخاصــة، وفــتح اسواق جغرافية جديدة.

رابعاً: اكدت استراتيجية تونس ومصر علي ضـــرورة اســتخدام شــبكة الانترنت في تسويق المقاصد.

يتبين مماً سبق انه من الممكن ان تتعاون الدول الثلاث في تنمية وتسويق انماط سياحية محددة في اطار التنمية المستدامة التي تحافظ علي الاصالة الثقافية والاجتماعية لهذه المقاصد وفي نفس الوقت تســهم فـــي تحقيق الاهداف الاقتصادية المرجوة وذلك سواء علي مســتوي البـــرامج السياحية اوعلي مستوي المشروعات المشتركة.

وبناء علي ماسبق عرضه يتبين ما للدول الثلاث من اسس يمكـــن علي اساسها وضع استراتيجية للتعاون الا انه من الضروري ان يتم ايضا عرض كافة المعوقات المتوقعة في سبيل قيام مثل هذا التعاون وهذا مـــا سيتم تناوله في الجزء التالي.

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون

أولا: معوقات عامة:

أـ معوقات سياسية:

١. ضعف الارادة السياسية لانفاذ اتفاقات للتعاون الاقتصادي بصورة عامة مما يؤدي الي عدم التزام صانعي القرار بتنفيذ الاتفاقيات وازالة الصعوبات التي تعرقل انفاذها، او تؤخر تنفيذها؛ مما قد يعني ظهور بعض التقلبات الطارئة سواء اقتصادية او سياسية داخلية او اقليمية او دولية جديدة تواجه تطبيق الاتفاقيات.[١]

٢. مواجهة محاولات التعاون الاقتصادي العربي من خلال بعض مشروعات التعاون الاقتصادي كالشراكة الاوروبية المتوسطية[٢]والمشروع الشرق اوسطي، مما يؤدي الي انحياز عدد من الدول العربية الاسلامية لبعض الدول الاجنبية ذات التاثير السياسى والثقل الاقتصادي نتيجة بعض العلاقات والمصالح الاقتصادية المشتركة علي حساب التعاون العربي خاصة مع قيام الشراكة الاوروبية مع الدول العربية الاسلامية علي اساس منفرد، ويدلل علي ذلك الانخفاض النسبي لحجم السياحة البينية الي اجمالي السياحة الدولية الوافدة من اوروبا الي دول التكتل المختارة.[*]

٣. ارتباط العلاقات الاقتصادية بين الدول العربية الاسلامية بالعلاقات السياسية بينها مما يجعل اقامة اي تعاون اقتصادي بينها مرتبطا بحالة الرضا السياسي المتبادل دون النظر الي اعتبار المصلحة الجماعية[٣]، وبناء علي ذلك فان اية صورة من صور التعاون

١- حربي محمد موسي عريقات، التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة، *بحوث اقتصادية عربية*، السنة التاسعة، العدد العشرون، صيف ٢٠٠٠، ص ٧٠

٢- حميد الجميلي، مستقبل الاقتصاد العربي في ضوء متغير الشرق اوسطية الاقتصادية "، ***مجلة الوحدة الاقتصادية العربية***، العدد ٢٤، السنة الرابعة عشرة، يونية ٢٠٠٢، ص ص ١٩- ٥١.

* راجع الفصل الثاني.

٣- عماري عمار، مرجع سابق، ص ١٨٨.

الاقتصادي بين الدول العربية الاسلامية تصبح مهددة بـالتوقف لاي خلاف سياسي او اختلاف في معالجة قضايا المنطقة ويزداد الامـر تعقيدا في حال التعاون السياحي حيث ان السياحة لا يمكن ان تتسع قاعدتها الا في ظل الامن والسلام.(*)

كذلك تؤثر الحالة الامنية في الدول المختارة علي امكان تحقيق اية صورة من صور التعاون المشترك خاصة مع حدوث الثورتين المصرية والتونسية ٢٠١١، ومع عدم تحقيق المغرب ومصر مزايا تنافسية في القائمة الخاصة بالأمن والامان في جدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١.

٤. يمثل قوة النزعة القطرية احد اهم معوقات التعاون ويتمثل بوضوح في مفهوم السيادة الوطنية، وقد كانت هذه النزعة السبب الرئيسي في اضعاف اية قرارات او مشروعات تعاون[١]، لما يتطلبه التعاون من ضرورة تقليص بعض سلطات الدولة في صناعة القرارات الاقتصادية، وتغليب القرارات فوق القومية supra-national ، وتعزز المشروعات التكاملية الاقليمية غير العربية كالشرق اوسطية من قوة هذه النزعة نظرا لانها تؤدي الي مكاسب قطرية دون المصلحة القومية العربية لصالح المصالح الاسرائيلية الامريكية التي تحاول اعادة هيكلة الاقتصادات العربية بما يعمق نموا فرديا غير متكافيء للاقتصادات العربية منفردة[٢] خاصة ان اختلاف المستويات الأقتصادية يشكل عائقا امام محاولات التعاون الاقتصادي بين الدول العربية الاسلامية.[٣]

٥. ضعف الديمقراطية والمشاركة الشعبية نسبيا في التصديق علي آية اتفاقيات تعاون عن طريق البرلمان، نتيجة تفشي الامية وتردي مستوي التعليم والثقافة بشكل كبير في مجتمعات الدول العربية

---

* راجع الفصل الثالث.

١- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص ٩٤، ٩٥

٢- حميد الجميلي، مرجع سابق، ص. ٣٣.

٣- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص. ٨٥.

الاسلامية عموما [١]، ولو انه من المتوقع ان تزداد المشاركة الشعبية نتيجة تنامي وعي الشعوب العربية المصرية والتونسـية، وادراكهـا لحقوقها السياسية وضرورة المشاركة في صناعة مستقبلها السياسـي والاقتصادي والاجتماعي والذي تبلور بوضوح في قيام هذه الشعوب بثورات شعبية خالصة مع بدايات عام ٢٠١١.

٦. انشغال حكومتي تونس ومصر في الوقت الحالي بقضاياها الداخلية، واعادة بناء الدول داخليا خاصة بعد الثورات الشعبية التي قامت في كلتا الدولتين. وعلي الرغم من ان ذلك يعد من قبيل العوامل الموقفية الا ان دراسة عبد الحميد الزقلعي ٢٠٠٦ اشـارت الـي الانشـغال بالقضايا الداخلية بعد استقلال الدول العربية الاسلامية بصفة عامـة من الاستعمار كانت سببا رئيسيا في اضعاف متابعة اتفاقات التعاون المبرمة بالفعل.

ب- معوقات اقتصادية:

١. عدم توافر الادراك الكافي لدي صانعي القرار بالفوائد بعيدة المـدي للتكامل الاقتصادي ويرجع ذلك الي تركيز صـانعي القـرار علـي المصالح العاجلة علي حساب المنافع الاجلة، بالإضافة الي تضـارب المعلومات الواضحة والصحيحة حول الواقـع الاقتصـادي للـدول الراغبة في انفاذ اتفاقيات التعاون[٢] خاصة وان الدول النامية بصـفة عامة تعاني من نقص البيانات بل وتضاربها احيانـا، هـذا بخـلاف ضعف اليات التنفيذ اللازمة للاتفاقيات.[٣]

٢. تعاني الدول النامية بصفة عامة من نقص الدراسات الكافية لتحديـد اعباء ومكاسب التعاون الاقتصادي (تحليل التكلفة/المنفعة)، وكيفيـة توزيعها مما يؤدي الي عدم وضوح اهمية التعاون او دوره في تحقيق التنمية والاسراع بها في هذا المجال [٤] بالإضافة الي عدم العدالة في توزيع المكاسب في إطار التعاون.[٥]

١- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص ٩٦.

٢- عماري عمار، مرجع سابق، ص ١٨٤،١٨٣.

٣- يحيي عبد الغني ابو الفتوح، مرجع سابق ، ص ص ٢٨- ٢٩.

٤- سماح احمد فضل، مرجع سابق، ص ٦٩.

٥- اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٢٥

٣. افتقار الدول العربية الاسلامية الي البنية الاساسية الكافية والجيدة للربط بينها خاصة شبكات السكك الحديدية والنقل البري والبحري، حيث تعاني مصر والمغرب من ضعف جودة البنية الاساسية للنقل الجوي كما تعاني دول التعاون الثلاث من انخفاض كثافة الطرق البرية وتعاني مصر والمغرب من نقاط ضعف تتعلق بشبكة النقل البري وجودة الطرق وكذلك البنية الاساسية للموانيء البحرية كما تعاني مصر اضافة الي ذلك من نقطة ضعف في البنية الاساسية للسكك الحديدية كما لا يوجد حتي الان خط سكة حديد يربط بين مصر وتونس علي الرغم من إمكان تنفيذ ذلك[١]، كما تعاني تونس نقاط ضعف تتعلق بكثافة المطارات وخطوط الطيران العاملة، وذلك وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١ بما يضعف الارتباط بين الدول.[٢]

هذا بالإضافة الي ما تعانيه الدول الثلاث من ضعف عام في البنية الاساسية لتكنولوجيا المعلومات.[*]

٤. ضعف دور القطاع الخاص بصفة عامة علي مستوي منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية بالإضافة الي ضعف المعرفة الفنية بصفة عامة في المشروعات السياحية داخل الدول العربية الاسلامية مما يؤدي الي استيراد هذه المعرفة من الدول الأخرى.[٣]

١- في مقابلة شخصية اجرتها الباحثة مع السيد مدير ادارة هندسة السكك الحديدية بالاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١ تبين امكان مد خط سكة حديد بين دول منطقة شمال افريقية الا ان العقبة الرئيسية كانت في عدم وجود سكك حديد في اقرب دولة الي مصروهي ليبيا، الا ان ليبيا بدات في مد خط سكة حديد داخلهاوبالتالي يصبح من السهل ربط خط سكة حديد عبر الحدود حيث تم عمل دراسة تخطيطية لامكان خط سكة حديدية بين السلوم كنقطة حدودية مصريةوطبرقة كنقطة حدودية في ليبيا ثم يكون من السهل بعد ذلك ربط خط حديدي بين ليبياوتونس.

٢- فليح خليف، **اقتصاديات الوطن العربي**، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ٢٩٥، وراجع اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٥١٠.

* راجع الفصل الخامس

٣- سماح احمد فضل، **المشروعات العربية المشتركة ودورها فى تحقيق التكامل الاقتصادى العربى**، الاسكندرية : مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٠، ص ص ١٥٣، ١٥٥.

٥. تداخل أجندات تحرير التجارة في الخدمات مع اية اتفاق تعاون من الممكن ان يتم ابرامه بين الدول المختارة خاصة في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات جاتس (متعددة الاطراف) من جهة، وفي ظل تنوع القطاعات الخدمية واختلاف طبيعتها (وخصوصا الخدمات السياحية) من جهة اخري، كل ذلك يجعل من الضروري مراعاة مواقف الجهات الحكومية وغير الحكومية المنظمة، والجهات الموردة والمستهلكة للخدمة مما يؤدي الي تشتت الجهود المحلية لمحاولة تحرير التجارة في الخدمات، خاصة مع تعدد الجهات المسؤولة عن القطاعات الخدمية وتجارة الخدمات في الدول العربية الاسلامية المختارة مما يشكل عائقاً أمام المسؤولين والمفاوضين لاتخاذ قرارات بشأن التحرير، ويؤكد ذلك ان تونس تختلف عن المغرب ومصر بشان التزاماتها بتحرير قطاعي الارشاد السياحي ووكالات السفر حيث سمحت الاخيرتان بتحريرهما بينما لم تتقدم تونس بشان ذلك باية التزامات لمنظمة التجارة العالمية[١]، وقد اشار دليل التنافسية للسياحة والسفر ٢٠١١ الي ان تونس تعاني نقطة ضعف تتعلق بالتزاماتها في اتفاقية جاتس.

٦. كذلك فان ضغوط المصالح الاقتصادية الشخصية لبعض رجال الإعمال في صالح الانفصالية الاقتصادية قد تؤدي الي مقاومة التعاون خاصة مع قوة رجال الاعمال الضاغطة اقتصادياً وسياسياً في ظل اقتصاديات السوق.[٢]

٧. عدم ضمان التاكيد علي وجود الالية المناسبة والرادعة لفض المنازعات قد تكون سببا في عدم استكمال اية محاولات للتعاون بين الدول العربية الاسلامية[٣] حيث انه في ظل عدم وجود هذه الالية لا يتحقق التنفيذ الكامل والسليم لاي اتفاق تعاون حيث يمثل عدم وجودها بصورة منظمة حجر عثرة امام حل اية مشكلة تجارية في حال حدوثها.[٤]

١- صالح شعراوي، مرجع سابق.

٢- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص . ٩٥.

٣- فليح خليف، مرجع سابق، ص ص ٣٠١، ٣٠٢.

٤- المركز المصري لدراسات التصديروالاستيراد، الية فض المنازعات التجارية في منظمة التجارة العالمية :
http://www.ecsei-eg.com/WTO%20Dispute%20settlement.pdf, accessed: Jul. , 2011.

جـ معوقات قانونية وتشريعية:

يتمثل بالأساس في غياب التنسيق بين الاجهزة المختلفة داخل، وبين دول التعاون المختارة باعتبارها دولا نامية مما يسهم في اعاقة اتخاذ اجراءات التعاون الاقتصادي، بالإضافة الي صعوبة تنسيق القوانين والتشريعات بين الدول.[1] وتعاني المغرب ومصر من نقاط ضعف خاصة فيما يتعلق بتكلفة بدء النشاط، وضمان حقوق ملكية المشروعات وكذلك فيما يتعلق باثر قواعد العمل علي انتشار الملكية الاجنبية، وكذلك فيما يتعلق بشفافية السياسات الحكومية وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر لعام ٢٠١١ مما يؤدي الي فقدان الثقة في مناخ الاستثمار في دول التعاون المختارة من قبل الدول الأخرى، ويعوق التعاون المشترك في مجال الاستثمارات السياحية من جهة اخري خاصة مع تحقيق تونس مزايا تنافسية ذات مراكز متقدمة في هذه العناصر.(*)

د- معوقات ثقافية:

١. حداثة فكرة وجود نمط للسياحة الاسلامية التي تتطلب بالضرورة التزاما تاما بالشريعة الاسلامية في جميع الممارسات المتعلقة بهذا النمط خاصة في ظل ما هو معروف من عداء غربي ضد كل ما يتسم بصبغة إسلامية.

بالإضافة الي سيادة الاخلاقيات كعامل بارز في اسلوب تنمية سياحة التراث الاسلامي ويزداد الامر صعوبة خاصة مع سيطرة الشركات دولية النشاط علي النشاط السياحي في الدول المختارة بما يجعلها تتحكم في انماط السياحة والاسواق المستهدفة لا يدفعها في ذلك سوي تحقيق ارباح مضمونة في اطار الاسلوب الغربي لتنمية السياحة والذي لا يأخذ في الاعتبار اية جوانب ثقافية واجتماعية الا في حدود ضيقة، مما يعني ضرورة ابراز مصلحة اقتصادية محددة المعالم لهذه الشركات من اجل تقبل وجود هذا الانماط الجديدة بالتنسيق مع الانماط القائمة.

١- سماح احمد فضل، مرجع سابق، ص ١٥٥، وراجع ايضا عماري عمار، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

* راجع الفصل الخامس.

كذلك فان هناك انقساما بين العاملين في المجال السياحي حول قبولهم أو رفضهم التعامل وفق نمط السياحة الغربية الذي لا يبالي بالسلوكيات الاباحية، فبعضهم يري انه علي الرغم من صعوبة التعامل في بداية مجال العمل بقيم تتعارض مع الاسلام إلا ان الامر لم يعد صعبا بطول ممارسة العمل وذلك رغم التزامهم بالصلاة، كما يري هذا الفريق ان مسالة بيع الخمور تدر دخلا، اما المجموعة الاخري فيرون انهم مضطرون للعمل في ظل هذه الاجواء.(١)

لم يقتصر الانقسام علي العاملين فقط وانما كانت المنظمات الحكومية طرفا في الامر عندما رفضت وزارة السياحة قرار امام الجامع الازهر بضرورة ارتداء السائحات الاجنبيات رداء الشادور الايراني "الاسدال" عند رغبتهن في زيارة المسجد؛ حيث استندت الوزارة في رفضها علي عدم الرغبة في اجبارهن علي ارتداء زي موحد الا ان هذا الموقف يحمل في مضمونه اخلالا بقدسية ومكانة الازهر الشريف، ويعد تعديا علي رغبة السكان المحليين في المحافظة علي تقاليدهم الدينية، كما ان هذا الموقف يتنافي مع احترام السائح الاجنبي وتفهمه لطبيعة الحياة في الدول الاسلامية عامة.(٢)

وفي المغرب كانت وزيرة التنمية الاجتماعية والتضامن قد طالبت بمنع رفع اذان الفجر حفاظا علي السياحة وهدوء وراحة السائحين.(٣)

وفي تونس هناك انقسام وجدل مستمر حول الاثار السلبية للسياحة الدولية علي المجتمع التونسي خاصة وان تونس خلافا لباقي الدول

1- Fleishman, J. & and El-Hennawy, N." In Egypt, tourism and Islam live uneasily side-by-side, *Los Angeles Times*, October 07, 2007 http://travel.latimes.com/articles/la-trw-in-egypt-tourism-and-islam-live-uneasily-side-by-side7oct07, accessed: Jul, 2009.

٢- ورد ذلك بموقع العربية بتاريخ ٢٢ ابريل ٢٠٠٩:
www.alarabiya.net/, accessed : Jul. 2011.

٣- ورد ذلك بموقع العربية بتاريخ ٦ ابريل ٢٠٠٨، تحت عنوان :
حفاظا على راحة السياح الأجانب: وزيرة مغربية تطالب بمنع أذان الفجر! ؟ مطلب الوزيرة أثار جدلا واسعا بالمملكة :
http://www.djazairess.com/elbilad/18509, accessed: Jul., 2011.

العربية الاسلامية منقسمة بين التوجهين الاوروبي والعربـــي، اذ تمثـــل تونس مجتمعا اكثر انفتاحا علي المجتمع الاوروبي مع وجود تعـــارض واضح بين عدد من ممارسات السائحين، وبين القيم الاسلامية خاصة مع اعتماد تونس بصورة رئيسية علي السياحة الترفيهية الشاطئية التي تستفذ بممارساتها مشاعر المسلمين خاصة المتشددين منهم مما جعلهم يعتبرون السياحة عاملا رئيسيا للتغير الاجتماعي والثقــافي بمـــا يضـــر بـــالقيم الاسلامية سواء علي مستوي الازياء، او اللغة، او ملامح الثقافة الأخرى كالتقاليد والعادات ومدي الانفتاح فى الاختلاط بين الجنسين.[١]

٢. ما يسيطر علي العقلية العربية عموما من عشوائية واندفاع عـــاطفي مما يجعل مشروعات العمل العربي المشترك عرضة للتأرجح نتيجة لاية حوادث عرضية مما يفقدها ثباتها واســـتمرارها ويـــؤدي الـــي تراجعها وفقدها لأهميتها علي اقل تقدير.

٣. تفضيل عنصر الامان وتجنب المخاطر لدي اصحاب رؤوس الاموال مما قد يتسبب في الابتعاد عن التجديد والابتكار، وتفضيل الاســـتثمار في الانماط السياحية التقليدية التي تدر عوائد سريعة ومضمونة نسبيا.

كما أن أي اتفاق يتم ابرامه بين الدول العربية يقوم فـــي البدايـــة بحماس شديد الا ان التنفيذ اما ان يتأخر أو يتوقف علي ارض الواقـــع، فمثلا منذ عام ٢٠٠٩ تم عقد ورشة عمل للسياحة العلاجية بين مصـــر وتونس ولم تحدث توامة حتي هذ الوقت، كما لا يزال هنـــاك مشـــروع مقترح عن التعاون مع المغرب في مجال السياحة البيئية والقضاء علـــي الفقر في اطار التنمية المستدامة تحت رعاية الامم المتحدة.[٢]

٤. توجد ايضا مشكلات اجتماعية قد تحـــول دون الاســـتغلال الامثـــل للأراضي مثل وضع اليد والذي يمارســـه البـــدو للاســـتيلاء علـــي

1- Poirier, R.,A., op.cit, PP. 166-167.

٢- اشارت الي ذلك مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة المصرية في مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١ واكدت ان هذا العامل يعـــد في مقدمة معوقات التعاون.

الاراضي وهي مشكلة تواجه الحكومة والمستثمرين معا في منطقة الساحل الشمالي المصري.[1]

ثانيا: معوقات خاصة بالاستراتيجية:

أـ اشتمال الاستراتيجية علي انماط سياحية جديدة:

هذه الانماط السياحية هي نمط السياحة الاسلامية، والسياحة الثقافية الخاصة بالتراث الاسلامي من منظور اخلاقي، وهذه الانماط قد تستغرق وقتا حتي يمكن تطبيقها بكفاءة خاصة وانها تحتاج الي بحوث تسويقية لإعداد المنتج المقترح تقديمه للسوق بصورة ملائمة لاحتياجات السوق المستهدفة وبما يضمن التنفيذ بكفاءة.

بـ معوقات الحصول علي تأشيرات الدخول[*]:

ـ بالنسبة للسياحة البينية:

- يشترط منح تأشيرة دخول مسبقة لمواطني تونس والمغرب الوافدين الي مصر، ومواطني مصر الوافدين الي تونس والمغرب ، وقد انعكس ذلك في صورة انخفاض في عدد السائحين الوافدين الي مصر من تونس والمغرب ،و منهما الي مصر حيث يبلغ عدد السائحين الوافدين الي مصر من تونس و المغرب ١٠٦٦٢٤ سائح وفقا لإحصاءات وزارة السياحة المصرية عام ٢٠١٠ حوالي٥% من اجمالي السياحة الوافدة الي مصر من الدول العربية الاسلامية[2].

ووفقا لإحصاءات منظمة السياحة العالمية عام ٢٠٠٨، تستقبل المغرب١٦٩٧٧ سائح من مصر وذلك بما يشكل ٧.٧ % من حجم السياحة الوافدة الي المغرب من الدول العربية الاسلامية، اما بالنسبة لتونس فلا تمثل السياحة الوافدة من مصر اكثر من

١- مقابلة شخصية مع مدير عام الشئون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١.

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية : وزارة الداخلية المصرية، مصلحة الجوازاتوالهجرةوالجنسية، مرجع سابق.

التاشيرة السياحية قصيرة الاجل،مرجع سابق. وتاشيرة الدخول الي المغرب، مرجع سابق.

2- http://www.tourism.gov.eg, accessed: Jul., 2011.

٤.٠% من حجم السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية حيث يبلغ عدد المصريين الوافدين الي تونس ١٠٢٤٠ سائح.(١)

- تشترط دول التعاون المختارة علي كل من لبنـــان ، الصـــومال، السودان الحصول علي تاشيرة دخول مسبقة الي اراضيها.

وتشترط كل من تونس والمغرب حصول مواطني سوريا والاردن علي تاشيرة دخول مسبقة لاراضيهما، كما تشترط مصر ذلك ايضا علي مواطني الجزائر.

هذا بالرغم من ان دول التعاون الثلاث تحوز مزايـــا تنافســـية فـــي متطلبات الفيزا للجنسيات الاخري خاصة الاوروبية مما يعني عدم اعطـــاء الاهتمام الكافي للسياحة البينية نسبيا.

- بالنسبة للسياحة الدولية:

- يشترط لمواطني مقدونيا، والبوسنة والهرسك، واوزباكستان، وايران، وتركمانستان، واندونيسيا، وبنجلاديش ، وطاجيكستان ، وكازخيستان ، وقرغيستان، ورومانيا، وبولندا، وبلغاريا، وســلوفاكيا، وروســـيا الاتحادية و روسيا البيضاء و كرواتيا وسلوفينيا والمجـــر، ارمينيـــا، مالدوفيا، اوكرانيا، جورجيا، والبانيـــا، وافغانســـتان، وباكســـتان(٢) الحصول علي تاشيرة دخول مسبقة قبل الوصول الي مصـــر وكـــذا لتونس والمغرب ماعدا سلوفاكيا لكلتيهما وروسيا الاتحادية بالنســـبة للمغرب حيث يسمح بالدخول دون تاشيرة مسبقة؛ ومن ناحية اخري تسمح تونس لدول ماليزيا، وبروناي دار السلام بالســـفر اليهـــا دون تاشيرة دخول بينما تشترط المغرب، ومصر الحصول علي تاشيرات دخول اليها من الوافدين من هذه الدول.

1- UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004-2008, op.cit , pp. 806-807.

٢- في مقابلة شخصية اجرتها الباحثة مع عميد شرطة مصـــطفي ســـلطان بـــادارة جوازات الاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١ اشار سيادته الي ان الدول الســـابقة هي دول تتطلب دخول رعاياها مصر موافقات امنية مسبقة من خـــلال الســـفارة المصرية في هذه الدول لاعتبارات امنية كما ان المدة حوالي ٦ اسابيع.

يشير ذلك الي فقدان سوق هام لنمط السياحة الاسلامية، فقد اشار رئيس قطاع السياحة الدولية بهيئة تنشيط السياحة أن تأشيرة الدخول إلى مصر من كازاخستان تستغرق ١٥ يوما، فى حين أن تركيا لا تشترط الحصول على تأشيرة دخول إليها لأكثر من ١٢٠ دولة ولهذا السبب كان الفارق شاسعاً من القادمين من كازاخستان إلى مصر وتركيا التى تبلغ ٣٠ ألفا إلى مصر و ٨٠٠ ألف إلى تركيا. وهذا الفارق ناتج عن إلغاء تركيا لتأشيرات الدخول إليها.[١]

- تختلف مصر عن كل من المغرب وتونس في قواعد منح التاشيرة للاوروبيين حيث لا تسمح سوي للوافدين من مالطة بدخول مصر دون تاشيرة دخول كما يمكن لغالبية الدول الاوروبية الحصول علي التاشيرة من موانيء الوصول، بينما يسمح لغالبية الدول الاوروبية بدخول تونس المغرب دون تاشيرة ماعدا البانيا ، قبرص ، التشيك و المجر و تتفق ايضا مصر معهما في ذلك . كما لا تسمح مصر لجميع الدول الافريقية بدخول البلاد دون تاشيرة دخول مسبقة فيما عدا غينيا بالاتفاق مع كل من تونس والمغرب بينما تسمح الاخيرتان بدخول مواطني دول شمال افريقية الاخري والنيجر، ومالي وكوت ديفوار كما تسمح تونس وحدها بدخول مواطني غانا و جامبيا وليبيريا والسنغال بدون تأشيرة.
- كما تسمح مصر لمواطني الولايات المتحدة الامريكية و كندا وأستراليا ونيوزيلندا بالحصول علي تأشيرات دخول من بعثات مصر بالخارج و يمنحون تأشيرة من موانيء الوصول بينما تسمح تونس و المغرب للولايات المتحدة الامريكية بالدخول دون تاشيرة مسبقة ،كما تسمح المغرب لمواطني استراليا بالدخول دون تاشيرة مسبقة بينما تطلب تونس منهم الحصول علي تاشيرة مسبقة مما يشير الي ضرورة توفيق اوضاع الدول الثلاث بما يتيح للمهاجرين العرب باستراليا مزيدا من سهولة اجراءات الدخول.

١- ورد ذلك بجريدة اليوم السابع بتاريخ الأربعاء، ٢١ يوليو ٢٠١٠ تحت عنوان : "مسئول بالسياحة: تأشيرات الدخول وراء تراجع عدد السائحين إلى مصر":
youm7.com , accessed, : Jul., 2011

جـ جواز السفر[1]:

يشترط لدخول اية جنسية الدول الثلاث وجود جواز سفر ساري الصلاحية، ولا تسمح مصر بمنح امكان الدخول ببطاقات الهوية سوي لمواطني الدول التالية: فرنسا وايطاليا والبرتغال، بينما لا تقتصر تونس، والمغرب في منح تلك الميزة علي هذه الدول فقط بل تتجاوزها الي مواطني النمسا، بلجيكا، فنلندا المانيا، لوكسمبورج، هولندا، اسبانيا، سويسرا عند دخولهم كافراد بالنسبة للمغرب، وبشرط القدوم في جولة سياحية بواسطة وكالة سياحية الي تونس.(*)

جدير بالذكر أن اعفاء المغرب المسافرين من تاشيرة الدخول يشترط وجود جواز سفر أو وثيقة مماثلة معترف بها من طرف الدولة المغربية كما ان مدة صلاحية الجواز أو وثيقة السفر المماثلة يجب أن تستوفي على الأقل مدة الإقامة في المغرب (على الأقل ثلاثة أشهر)، كما ان مصر و تونس ايضا تمنح نفس المدة للتاشيرات السياحية.

د- الحجر الصحي:

تشترط كل من مصر وتونس الحصول علي تطعيمات معينة(**) فيما عدا ركاب الترانزيت من غير المغادرين للمطار ومن ياتي بدون تطعيم يخضع للحجر الصحي، بينما لا تشترط المغرب اية تطعيمات للوافد.

يتضح مما سبق ان هناك بعض الصعوبات في اجراءات الدخول الي دول التعاون المختارة مما يعوق تنمية السياحة الدولية والبينية وفق الرؤية المقترحة للتعاون الامر الذي يستدعي معه بحث سبل تسهيل هذه الاجراءات سواء فيما يتعلق بالتاشيرات او الحجر الصحي، أو امكان

١- عمرو على عبد الله على "تقييم إجراءات الحدود فى مصر وأثرها على حركة السياحة"، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ٢٠٠٧، ص ١٢٤- ١٣٠.

* تمنح المغرب ايضا الجنسيات التالية هذه الميزة: النرويج، صربيا، الجبل الاسود، سلوفاكيا، سلوفينيا، السويد، نفس المرجع السابق، ص ١٢٤.

** التطعيمات المقصودة في مصروتونس ضد الحمي الصفراء خاصة من المغادرين او المتوقفين داخل البلاد الموبوءة، لمزيد من المعلومات، راجع : المرجع السابق ، ص ص١٣٠، ١٣١.

دخول السائحين الدوليين او الوافدين من الدول العربية الاسلامية ببطاقة الهوية.

وبناء علي ما تم التعرف عليه سالفا من اسس للتعاون، وما تـــم استعراضه من معوقات في سبيل اقامة هذا التعاون فانـــه مـــن الممكـــن وضع رؤية استراتيجية واقعية التنفيذ وهذا ما سوف يتم طرحه في الجزء التالي.

ثالثاً : رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول المختارة

ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول المختارة

اولاً: المنطلقات (الدوافع الرئيسية للتعاون):

١- انطلاقا مما تواجهه الدول العربية الاسلامية من تحديات اقتصادية وثقافية وسياسية(*) وما تحمله هذه التحديات من اثار سلبية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية في حال بقاء هذه الدول منفردة دون الانضمام الي تكتل سياحي خاصة في ظل تنامي ظاهرة التكتل الاقليمي في ظل العولمة؛ ومن اجل مواجهة هذه التحديات فان المهمة الاساسية التي يجب علي هذه الدول وضعها في الاعتبار هو محاولة تكثيف العمل المشترك نحو تحديد امكانيات التعاون فيما بينها لتنمية السياحة الدولية والبينية.

٢- ان هناك اتفاقا نسبيا في اهداف استراتيجيات التنمية السياحية في دول التكتل المختارة كما ان هناك تنوعا في عناصر الجذب وانماط السياحة، هذا بخلاف ان هذه الدول لديها من التراث الحضاري والعقيدي واللغوي المشترك، بالاضافة الي تشابه الظروف الاقتصادية، مما يمكن معه تنسيقها معا وتحديد امكانيات التعاون بدلا من التنافس.

٣- ان هناك اتجاها متزايدا في السياحة الدولية نحو زيادة الاهتمام بالسائح الفرد واحتياجاته ومتطلباته بالاضافة الي رغبة السائحين لزيارة اكثر من مقصد في رحلة واحدة بما يسمح بارضاء تفضيلات متنوعة للسائح قد لا يوفرها زيارة مقصد واحد بالاضافة الي تقليل التكلفة والوقت.[1]

٤- وجود محاولات عديدة للتعاون في السياحة الدولية والبينية بين الدول العربية الاسلامية سواء علي مستوي الاتفاقات الثنائية، او

---

* راجع الجزء الاول من الدراسة.

1- Tussyadiah I. P., Kono , T. & Morisugi, H., " A Model of Multi - destination Travel: Implications for Marketing Strategies", *Journal of Travel Research,* Vol. 44, May 2006, P. 407

داخل المنظمات الاقليمية والدولية مثل جامعة الدول العربية، ومنظمة المؤتمر الاسلامي. ومنذ عام٢٠٠٠، وحتي عام ٢٠٠٦ صدرت تقارير عن منظمة المؤتمر الاسلامي عن السياحة الدولية في الدول الاسلامية وتضمنت طرح عدة صور للتعاون بين الدول الاسلامية تتنوع بين اقامة المعارض، عقد المؤتمرات، انشاء موقع علي شبكة الانترنت للترويج للسياحة في الدول الاسلامية، تطوير منتجات سياحية مشتركة، تحفيز الاستثمارات المشتركة، تطوير التراث الاسلامي، بخلاف تسهيل انتقال السائحين. اما علي مستوي جامعة الدول العربية فيختص المجلس الوزاري العربي منذ عام ١٩٩٩ بتقديم الاقتراحات واستراتيجيات العمل نحو مزيد من التعاون بين الدول الاعضاء. في مجالات التنمية والتمويل والاستثمار السياحي والترويج، المعلومات والاحصاءات، التعاون الدولي، تسهيلات حركة السياحة العربية، تحرير تجارة الخدمات السياحية، التكامل الاستثماري، وجذب الاستثمار الخارجي[١]، وهي قاعدة اساسية يتم انتقاء ما يمكن تنفيذه منها لتعظيم عوائده خاصة وان جميع ما طرح من اشكال التعاون لم يتم معالجته بما يعكس التعاون الامثل او يحقق الاهداف المرجوة.

ثانياً: القواعد الاساسية للتعاون:

١: استحداث رؤية استراتيجية لتقديم منتج سياحي متكامل بين مجموعة صغيرة من الدول العربية الاسلامية بصورة مبدئية حتي يسهل التنسيق فيما بينها خاصة في بداية خطوات التعاون؛ ويتم ذلك في اطار زمني محدد وليكن خمس سنوات وبصورة متزامنة في كافة مجالات التعاون الممكنة التحقيق واقعيا من اجل الحصول علي

١- المملكة العربية السعودية ، الهيئة العليا للسياحة ،" <u>دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية</u>: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي"، ورقة الهيئة العليا للسياحة – المملكة العربية السعودية المنتدى الاول للسياحة في البلدان الاسلامية المملكة العربية السعودية، جدة، ١٨-٢٠/١٠/١٤٢٨هـ ، ص ص ٣،٢.

المردود الاقتصادي المتوقع بما يعزز مزيدا من التعاون في مجالات اكثر، وبين عدد اكبر من الدول نظرا لتناسب منطلقات واهداف الاستراتيجية مع كافة الدول العربية الاسلامية.

٢: ان تتسم امكانيات التعاون المقرر تحديدها بين الدول العربية الاسلامية المختارة كاطراف التعاون بالاصالة والتميز امام المنافسين بحيث تحقق الاغراض التالية:

أ- صياغة برامج تسهم في الحفاظ علي الهوية العربية الاسلامية في ظل العولمة.

ب-رفع قدرة دول التكتل في مواجهة المشروعات البديلة للتكتلات السياحية الاخري بموقف موحد ومعالم مميزة وليس مجرد رد فعل لمواجهة الاثار السلبية لوجود التكتلات السياحية الاخري؛ بحيث يتم ترويج الانماط السياحية المقترحة في اطار الاستراتيجية كمنتج تسود فيه السمات العربية الاسلامية بقيمها وتقاليدها واعرافها مما يمنحها التفرد امام كافة الأسواق المستهدفة في اطار الاستراتيجية المطروحة[١] مع وضع اليات تنفيذية ملائمة.

ج- ابراز المصلحة الاقتصادية والثقافية في مجالات التعاون المقترحة لكافة أطراف التعاون.

٣: **ان تسير هذه الرؤية نحو تنمية اقتصاد سياحي مستدام وصيانة التراث الثقافي** حيث انه من الضروري التعامل مع السياحة الدولية من خلال رؤية جديدة محركها دورها كقوة اجتماعية في الاحتفاظ بالثقافات، وترويج السلام، والتفاهم كما يري Desbiolles, F.H , 2006. وهي رؤية توفيقية وليست بديلة تتضمن اعادة النظر في استراتيجيات التنمية السياحية القائمة بما يسهم في التاكيد علي البعد

١- نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، **الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون : منهج، اساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبة منهجية حديثة**، عمان دار الحامد للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ١٨٣.

الثقافي والاخلاقي للسياحة في مقابل الرؤية الغربية[1] والتي لا يجب ان تكون الوحيدة بحيث يتم تقديم انماط سياحية تتوافق مع القيم الثقافية للمجتمعات الاسلامية وتحافظ علي اساليب حياتهم وفي نفس الوقت ايجاد صيغة مناسبة لتوفيقها مع الاستراتيجيات القائمة باتفاق الرؤية بين الدول الثلاث علي مستوي الهيئة العليا للسياحة وتحديد مصلحة القطاع الخاص في تنفيذ هذه الرؤية وهو ما سيرد في اليات التنفيذ.

٤: **ان تقوم الاستراتيجية علي مبدا التركيز علي اسواق سياحية معينة[*] او شرائح سوقية معينة بما يخدم اهداف الاستراتيجية علي ان يتم التعرف علي احتياجاتهم من خلال اجراء بحوث تسويقية.**

٥: **التعاون في المجالات ذات المردود الاقتصادي الواضح والتي لا تضر بالمصالح الفردية للدول وذلك** بصورة تدرجية، ويتضمن:

حرية انتقال الاشخاص الطبيعيين سواء اكانوا سائحين وافدين للمنطقة او مواطني هذه الدولة سواء اكانوا سائحين او من العمالة وبعبارة اخري تشجيع كل من السياحة البينية والدولية وما ينطوي علي ذلك من اجراءات وبرامج تنفيذية سواء تعلق الامر بالبرامج السياحية المشتركة او اجراءات الدخول والخروج او الخدمات السياحية المختلفة التي تخدم الانماط المقترحة، وتشجيع اقامة المشروعات السياحية المشتركة فيما يتم الاتفاق عليه في المناطق السياحية الجديدة المطروحة استثماريا في الدول المختلفة سواء علي مستوي المشروعات نفسها او البنية الاساسية التي تخدمها علي ان يتم ذلك بالاعتماد بقدر المستطاع علي الجهات القومية دون الاجنبية في التمويل والتشغيل والادارة.

---

1 - Desbiolles, F.H., " More than industry :The forgotten power of tourism as a social force, ***Tourism Management***, Vol. 27, Issue 6 ،December 2006, PP. 1192-1208 .

* سوف يتم الاشارة الي هذه الاسواق لاحقا.

ثالثاً: أهداف الاستراتيجية:

<u>الهدف الرئيسي:</u> المساهمة في تحقيق تنمية اقتصـــادية/ثقافية للمقاصـــد العربية الاسلامية اطراف التعاون، ويتم ذلك من خلال الاهداف الفرعية التالية:

- توسيع السوق السياحي للدول المنضمة للتكتـــل وتقـــديم المنطقـــة كمقصد اعظم من خلال تنمية شرائح سوقية جديدة مـــن الســـياحة الدولية الوافدة من خارج دول التكتل (السياحة الاســـلامية–ســـياحة التراث الاسلامي)
- زيادة معدلات التدفق السياحي للمنطقة عبر تنمية السياحة البينية.
- الحفاظ على الهوية الفريدة للدول الإسلامية كمقاصد سياحية من خلال تسويق التراث الإسلامى سواء فى إطار الرحلة الســـياحية أو لســـائحى الاهتمامات الخاصة بالثقافة والتراث.
- تعبئة القدرات المالية وتشجيع الاستثمارات الســـياحية داخـــل دول التكتل.

رابعاً: امكانيات التعاون (البرامج المقترحة):

- تنمية السياحة البينية intra-regional tourism ويعزز اختيار هذه الإمكانية:

١) الرغبة في الحفاظ علي النصيب السوقي مـــن الســـياحة البينيـــة وزيادته حتي لا يتزايد خروج مواطني الدول العربية الاســـلامية من داخل منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية الي خارجها.

٢) ان السائح العربي اطول اقامة، واكثر انفاقا مـــن الســـائح غيـــر العربي، كما انه يشارك جميع افراد عائلته في الرحلة الســـياحية، مما يعني زيادة الايرادات السياحية نتيجة زيـــادة عـــدد الليـــالي السياحية وارتفاع متوسط الانفاق[1]

١– نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، مرجع ســـابق، ص ١٧٧، وراجـــع ايضا:
رضا محمود ابوزيد محمد، السلوك الإنفاقى للسائحين الوافدين وأثره على معـــدل الإنفاق فى مصر بالتطبيق على السوق العربى، رسالة ماجستير غيـــر منشـــورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١٣٨.

٣) ما تواجهه المقاصد العربية الاسلامية من منافسة بعض المقاصد الاخري لجذب هؤلاء السائحين لقضاء اجازاتهم هناك مثل ماليزيا واندونيسيا ، ونيوزيلندة.

٤) تتوفر في المقصد الاعظم المقترح عدد من الخصائص الجاذبة للسائح العربي pull factors [١]وهي التقارب الجغرافي، سهولة الوصول، الروابط الثقافية، تنوع عناصر الجذب، وجود وتوافر البنية الاساسية السياحية، الصورة السياحية الايجابية نسبيا او غير السلبية اذ انه يدرك اكثر من غيره من السائحين حقيقة الموقف السياسي والاجتماعي داخل الدول المختارة.

ويتمثل سوق الطلب المستهدف: السوق الاقليمية (السياحة البينية الوافدة من الدول العربية الاسلامية) سواء من مواطني الدول المختارة ، أو من باقي الدول العربية الاسلامية بمنطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية.

- **تنمية السياحة الدولية الوافدة الي دول التكتل** tourism international **كمقصد اعظم واحد** يسمح ذلك للسائح بزيارة اكثر من مقصد في الرحلة الواحدة من خلال التركيز علي تنمية نمطين سياحيين رئيسيين في اطار مباديء التنمية المستدامة كمرحلة مبدئية ، خاصة وان هناك ميلا متزايدا نحو تشريح السوق بما يخدم الشرائح ذات الاهتمامات الخاصة Special–interest travel والتي تعتبر اسواقا خاصة niche markets تتطلب عناصر جذب مميزة ؛ استهدافا لتحقيق ايرادات سياحية مرتفعة والتي يتوقع نموها بصورة اسرع، ويتزامن ذلك مع توقعات بانخفاض اعداد المجموعات السياحية بصفة عامة[٢]، وهذان النمطان هما:

1- Morakabati, Y. Deterrents to Tourism Development in Iran, ***international journal of tourism research***., VOL 13, 2011, P.104.

2- Lickorish, L.J & Jenkins C.L., **An introduction to tourism**, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997, pp. 232-233.

أ- **نمط السياحة الاسلامية (*):**

وهي احد انماط السياحة المتوافقة مع مبادىء الشـــريعة الاسلامية اخذة في الاعتبار الملابس، الطعام، والسلوكيات بما في ذلك الفصل بين الجنسين، **والسياحة الاسلامية لها من احتمالات النمو مجالات واسعة في منطقة الشرق الاوســط** وذلــك وفقــا لتقرير[1] WTM 2007.

ويري Al-Hamarneh 2008 ان اهداف السياحة الاسلامية كنمط سياحي تتلخص في: ابراز الهوية الاسلامية في مقابل الثقافات الاخري من خلال احياء الثقافة والقيم الاسلامية، مع ضرورة تقـديم فوائد اقتصادية للدول الاسلامية.[2]

لذا تكمن مبررات تنمية هذا النمط فيما يلي:

أ- تزايد عدد المسلمين في العالم حوالي ١.٥٧ مليار نسمة بمــا يعــادل ٢٣% من عدد السكان في العالم يعيش منهم حوالي٢٥% فــي اســيا الجنوبية ، و٢٠% في الشرق الاوسط ، ٢% في آسيا الوسطى، ٤% في باقي بلدان آسيا الجنوبية، و ١٥% في أفريقيا جنــوب الصــحراء الكبرى.[3] ، كما ان هناك دولا اوروبية ينمو بهــا عــدد المسـلمين بسرعة فائقة مثل اسبانيا، النرويج، المانيا (**) وقــد اشــار تقريــر

---

* تم الاطلاع علي تقرير عبر موقع Face book بثته قنــاة الجزيــرة بتــاريخ ٢٤ اغسطس ٢٠٠٩ حول وجود اكبر منتجع سياحي يقدم السياحة البديلة " الحــلال او المتوافقة مع الشريعة" في تركيا وقد انشيء عام ٢٠٠٤علي مســاحة ٣٠٠٠ متــر مربع وساحل بطول ٢ كم وطاقة ٩٠٠٠ سرير تقدم كافة انماط السياحة فيما عــدا التي لا تتوافق وروح الشريعة ويوجد به شاطيء للنساء ومسجد في وسط المنتجع، وقد ادي ذلك الي زيادة الطلب علي هذا النوع وبالتالي التفكير في التوسع :

http://www.youtube.com/watch?v=hd=ufnguh4&feature=share,accessed:Jun., 2011.

1 - World Travel Market (WTM), **Global Trends Report**, 2007.

2- Al-Hamarneh, op.cit, p. 2.

3- www.wikipedia.org, accessed : Aug.,2011.

**اشارت دراسة ميدانية الي ان عدد المسلمين في ألمانيا عام ٢٠٠٩ يتــراوح بــين ٣.٨ و٤.٣ ملايين نسمة يشكلون نسبة ٥% من تعداد سكان ألمانيا ، كما يعتبــر الاسلام في النرويج ثاني الديانات التي يتبعها حوالي ٢% من سكان النــرويج =

WTM 2007 ان المسلمين الاوروبيين ملتزمـــون بقـيم الاســلام ومعتقداته[1]، حتي انه من المتوقع ان يمثل نسبة المسلمين في العـــالم بحلول عام ٢٠٢٥ حوالي ٣٠% من سكان العـــالم[2] كمـــا اشـــارت دراســـةStodolska, M. & Livengood , J.S. 2006 [*] ان المسلمين المهاجرين يتمسكون بتعاليم الاسلام حتي في قضاء اوقـــات فراغهم ، كما ان هناك اتجاها متزايدا من المقاصد نحو اجتذاب هـــذه الشريحة في ماليزيا واندونيسيا واستراليا ونيوزيلانـــدة علـــي وجـــه الخصوص؛ حيث تعد الاولي والثانية دولا اسلامية [**]، اما الثالثـــة والرابعة فهي دول يعد المسلمون من بين سكانها لذا تحاولان تقـــديم متطلبات السياحة الاسلامية خاصة من الاطعمة الحلال وقـــد بـــدات Tourism Newzealand TNZ التسويق لهذا النمط فـــي منطقـــة الشرق الاوسط مما جعل نيوزيلندة مقصدا جـــذابا للســـائح المســـلم، واعتبرت هذه الشريحة المستهدفة ذات احتمالات نمو مرتفعة[3] 'hot new' market that 'holds potential.

= ويقدر عددهم بحوالي ١١٥ الف مسلم.، اما في اسبانيا فيلغ عددهم ١.٢مليـــون نسمة بنسبة ٣% ، لمزيد من المعلومات راجع : wikipedia.org

1- world Travel Market(WTM), Global Trends Report 2007, p.20.

2- Hashim, N.H, Murphy, J. & Hashim, N.M.," Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites, ***Journal of Computer-Mediated Communication***, 12 ,2007, p. 1085.

* تناولت هذه الدراسة اثر الدين علي سلوكيات اوقـــات الفـــراغ لـــدي المهـــاجرين المسلمين بالولايات المتحدة الامريكية حيث اشتملت العينة علي مهاجرين من عـــدة دول اسلامية منها مصر، والاردن، وتونس، ولبنان، والعراق، والجزائر بالاضافة الي بعض دول شرق اوسطية اخري مثل باكســـتان، اســـرائيل، تركيـــا بخـــلاف المكسيك، كوريا، الهند وقد تبين انعكاس اثر الدين الاسلامي علي سلوك المسلم في حياته اليومية سواء في الاطعمة او الملبس او السلوك بين الجنسين وكـــذلك علـــي سلوكيات المسلم في الاجازات واوقات الفراغ .

** يعيش في اندونيسيا حوالي ١٣% من مسلمي العالم بما يعادل ٢٣٠ مليون نســـمة هم كل سكان اندونيسيا ، كما ان نسبة المسلمين بين عدد السكان في ماليزيا حوالي ٦٠% ، لمزيد من المعلومات راجع : Wikipedia.org

3-http://www.downloadit.org/free_files/file 1234567891011121314 151617181920212223242526 27 Pages%20from% 20Chapter% 204.pdf, accessed: May, 2011.

ويوجد في ادليد باستراليا ما يعرف باسم Muslim Tourist informatiom وهي وثيقة تقدم للسائح المسلم المراكز الاسلامية، واماكن الصلاة ،واماكن تجمعات النساء، بخلاف منافذ لبيع الاطعمة الحلال ، ومعلومات عما تقدمه من اطعمة ومشروبات وعناوينها وتليفوناتها.(١)

ب-ظهور شريحة السائحين ذوي العقليات المتدينة(٢) خاصة من مواطني الدول الاسلامية واغلبها دول نامية، وذلك كما يري Weidenfeld and Ron (2008)، وقد ارتبط ذلك برغبة لدي هؤلاء السائحين في الحصول علي رحلات سياحية تخدم احتياجاتهم بعيدا عن بعض السلوكيات المرفوضة من السائحين مثل استهلاك الخمور، والملابس المتحررة وممارسة الدعارة بالإضافة الي التحرر في العلاقة بين الجنسين وبعض الممارسات غير المقبولة والتي قد تمارس احيانا في الاماكن العامة والشوارع واحيانا المتاحف والاماكن الاثرية بخلاف مؤسسات الاقامة.

ومن ناحية اخري فان العقليات المتدينة ليست بين السائحين فقط وانما بين العاملين في مجال السياحة ايضا حيث اوضح بعض العاملين في المنتجعات بشرم الشيخ في مصر ان مهام وظيفتهم تفرض عليهم معاملة طيبة للسائحين علي الرغم من مخالفة ممارساتهم في العمل للقيم الاسلامية مثل مشاهدة السائحات الاجنبيات بصورة اباحية، وتقديمهم الكحوليات، وهذا يشكل لهم مشكلة شعور بالذنب، خاصة انهم لا يستطيعون الامتناع عن تقديم الكحوليات والا سيفقدون وظائفهم.(٣)

1-Muslim Tourist Information www.southaustralia.com/.../Muslim_Tourist_Information_on South_Australia_Jan_083.pdf, accessed: Jan, 2011.

2- Weidenfeld, A. &Ron, A.S., "Religious Needs in the Tourism Industry, ***Anatolia***, Volume 19, NO.2 , Winter 2008, PP. pp. 360-361.

3- Fleishman, J. & and El-Hennawy, N., op.cit

ج-**ظهور نمط سياحة النساء:** برزت سياحة المراة الي السوق الدولي رغم ضالة حجمها بعد مؤتمر بورصة برلين ٢٠٠٨، و تقرير WTM 2009 الذي اشار الي مفهوم الاقامة للنساء فقط female - only accommodation[1]، كما ان هناك عددا من الدول الاوروبية والامريكية تحاول توفير متطلبات السائحات مثل شواطيء النساء الخاصة في ايطاليا، وقطارات النساء بالبرازيل، وتاكسي البرازيل

وترجع مزايا تنمية نمط سياحة النساء في دول التكتل المختارة الي الاسباب التالية:

أ- ان سفر السيدات المسلمات سواء اكانت من الدول العربية الاسلامية او من خارج منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية الي دول التكتل المختارة له ميزة تنافسية هو ارتفاع درجة الامان نسبيا مقارنة بالمقاصد الاخري، وكذلك قربها من الموطن الاصلي للوافدات من الدول العربية الاسلامية.

ب- تتميز النساء بكونها شريحة سوقية تتسم بالولاء للمقصد السياحي الذي يرضي رغباتهن حيث يمنح هذا النمط[2] للنساء الامان والراحة (النفسي والبدني)، التواصل الاجتماعي، والاتصال بمجموعات من الناس متوافقين فكريا معهن، مع وجود فرص التعلم والاثراء الروحي والعقلي، وغيرها من التجارب المتوافقة مع ميولهن النسائية، وتقول المديرة التنفيذية لفندق لوزان بالمملكة العربية السعودية Lorraine Couthino ان هناك طلبا متزايدا علي هذا النمط، وهي شريحة مرتفعة الانفاق خاصة ان السيدات في العالم تبحث عن مزيد من الخصوصية في الاماكن العامة.[3]

1-World Travel Market(WTM), **Global Trends Report 2009**, PP. 33, 38.

2- www.gov.ns.ca/.../Emerging%20**Market**%20Report_**Women**%20**Only**.pdf, accessed : Mar, 2011.

3-World Travel Market (WTM), **Global Trends Report 2009**,Op.cit, pp. 38,40

د- اجتذاب بعض المقاصد السائحين المسلمين بصفة عامة والعرب بصفة خاصة مثل ماليزيا حيث تقوم بترويج نفسها بانها مقصد نظيف(*) "clean destination" وانها "(١) "Muslim-friendly destination اي المقصد صديق المسلمين حيث يصل اعداد الوافدين اليها من الدول العربية الاسلامية الي ١٥٢٥٧٨ سائح عام ٢٠٠٧ وهم من الوافدين من المملكة العربية السعودية، الامارات، الاردن، الكويت، لبنان، سوريا، سلطنة عمان.(٢)

<u>وتتمثل الشرائح السوقية المستهدفة في:</u>

- سائحي الدول العربية الاسلامية في منطقة الشرق الوسط وشمال افريقية، السائحون المسلمون في الدول الاوروبية كأسواق سياحية رئيسية لدول التعاون، بالإضافة الي سائحي الدول الاسلامية الأخرى في اسيا وافريقية مثل دول جنوب شرق اسيا، الكومنولث، بعض الدول الافريقية التي تضم عددا كبيرا من المسلمين، المسلمين المهاجرين.

يتضمن ذلك تنمية سياحة الجذور حيث يتم التركيز في هذا النمط علي ربط السائح المغترب ببلده(٣)، وسياحة العائلاتfamily tourism، وسياحة زيارة الاقارب والاصدقاء (VFR " visiting friends &

---

* يقصد بذلك عدم وجود اثار سلبية للسياحة فيها خاصة فيما يتعلق بمرض الايدز حيث انها تحاول حذو طريق مختلف عن الدول المجاورة التي تشتهر فيها السياحة بالاعتماد علي ثلاثة عناصر 3Ss الرمال، البحر، الجنس مثل تايلاند، لمزيد من المعلومات راجع:

Mohamed, B.," Image of Malaysia as a Destination: a Review", (www.hbp.usm.my/tourism/Papers/paper_image.htm), accessed: Apr., 2011.

1 - Profiling a boon for 'Muslim-Friendly' countries www.bangkokpost.com/.../profiling-a-boon-for-muslim-friendly-countries, accessed: Jun., 2011.

2 -TTI, **Country reports, Malaysia**, February, 2008, PP. 14 -15.

٣- خليف مصطفى غرايبة-**السياحة البيئية مع التركيز علي الوطن العربي بشكل عام والاردن بشكل خاص**، عمان: دار يافا العلمية، ٢٠٠٨،، ص . ٣٣.

relatives) خاصة وان زيارة الاقارب والاصدقاء من اهم العوامل المؤثرة علي القيام برحلة متعددة المقاصد وفقا لدراسة McKercher, 2001 نظرا لما يمكن ان يوفره الاقامة لدي الاقارب والاصدقاء من ميزانية لباقي نقاط الرحلة السياحية، كما ان زيارة ثلاثة دول يسهم في توفير الوقت والتكلفة خاصة ان من اهم العوامل المؤثرة في سياحة العائلات هي الدخل والوقت.(١)

وتتميز ملامح هذا السوق بالاتساع حيث يزيد عدد مسلمي العالم عن ١.٥ مليار مسلم، وهنا تظهر اشكالية التفرقة بين المسلمين من حيث درجة التزامهم بتعاليم الاسلام واحكام الشريعة الاسلامية مثل مسالة ارتداء النساء للحجاب او الانتظام في اداء الصلاة او الصوم وغيرها، فانه يتحتم علي مسئولي التسويق التعامل مع سوق السياحة الاسلامية بناء علي افتراض ان غالبية مسلمي العالم ملتزمون بتعاليم الشريعة الاسلامية خاصة العائلات.(٢)

- السيدات العربيات او المسلمات، والسيدات الغربيات(*) **حيث** تكمن اهمية الفكرة هنا ليس في اعتبارات الدين والثقافة وانما تخص السائحين المحافظين سواء من المسلمين او غير المسلمين.

ب- **نمط السياحة الثقافية:** من خلال تسويق التراث الاسلامي (المادي)(**) ويعزز اختيار هذه الامكانية:

---

1 - VisitBritain Evaluation Unit, Family Tourism, http://www.visitbritain.org, Accessed: March, 2011.

2 - **Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., "The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice",** *International Journal of Tourism Research,* **Published online in Wiley Online Library, 2010**

* اشار تقرير wtm2009 الي ان تسويق الفكرة يجب ان يستهدف النساء الغربيات وليس الشرق اوسطيات فقط.

** يقصد بالتراث الاسلامي المادي في البحث عناصر الثقافة المادية الملموسة مثل المباني الاثرية والتاريخية سواء اكانت مباني دينية او تعليمية او خدمية تجارية وصناعية وصحية او مباني سكنية او مباني دفاعية، الفنون والصناعات اليدوية، الاطعمة، راجع : جيرمين حسين "تفعيل تسويق التراث الإسلامى لتنمية الحركة السياحية الثقافية الوافدة إلى مصر" رسالة ماجستير غير منشورة – كلية السياحة والفنادق – جامعة حلوان – ٢٠٠٧ ص ٢٦.

١- العلاقة الوثيقة بين السياحة التراثية والهوية كما يري Palmer,C.,1999[1] خاصة ان تنويع المنتج الثقافي يسهم في اثبات الهوية كنوع من الاستجابة المضادة للعولمة ومحاولة من المقاصد لتمييز نفسها وابراز خصوصيتها عبر احد اهم ابرز مكونات الهوية وهو التراث الديني[2] بما يسهم في تسهيل التبادل الثقافي المطلوب، وتجاوز الصورة السلبية للإسلام، وقد اوصي المؤتمر الاسلامي السادس لوزراء الثقافة اكتوبر ٢٠٠٩ بضرورة استخدام السياحة الثقافية من اجل الحفاظ علي التراث من جهة وتعزيز التواصل بين الشعوب وتصحيح صورة الاسلام من جهة اخري في اطار العمل الاسلامي المشترك، وبما يضمن حضور الثقافة الاسلامية علي الساحة الدولية، كما تم اعتماد استراتيجية مشتركة لتنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي، كانت فيها كل من جمهورية مصر العربية والجمهورية التونسية اعضاء لجنة التراث الاسلامي عن المنطقة العربية والمسئولة عن حماية التراث الثقافي الاسلامي.[*]

٢- تنوع التراث الاسلامي في دول التكتل بما يسمح بالتعرف علي مراحل متعددة من التاريخ الاسلامي كالخلافة الفاطمية والايوبية والمملوكية والعثمانية في مصر، والاندلسية في المغرب وتونس وهي التي ارتبطت بأوروبا بشكل وثيق.

٣- ان البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي بين مصر وتونس ٢٠٠٥-٢٠٠٧ يتضمن في مادته الرابعة العمل علي ترويج منتج سياحي ثقافي مشترك، وعليه فانه من الممكن بناء علي ذلك ان يتم الاتفاق

1- Palmer, C, " Tourism and the symbols of identity, ***Tourism management***, Vol.20, pp. 313-321, 1999.

٢- سالم لبيض، الهوية : "الاسلام، العروبة، التونسة"، ***مجلة المستقبل العربي***، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧-٧٥.

* المسئولية هنا في اطار اللجنة تمتد الي كل من التراث المادي واللامادي.، لمزيد من المعلومات راجع : منظمة التربية للعلوم والتربية والثقافة، **المؤتمر الاسلامي السادس لوزراء الثقافة، البيان الختامي، باكو – جمهورية اذربيجان ١٣-١٤اكتوبر ٢٠٠٩**، ص٢.

علي تسويق التراث الاسلامي بين كلتا الدولتين، ومحاولة تنسيق العمل مع المغرب.

ويستند الطرح الخاص بالسياحة الثقافية القائمة علي التراث الاسلامي لدول التكتل علي اسلوب جديد في صورة اعداد وتسويق رحلة سياحية تجمع ما يعرف باسم المزيج الثقافي المتكامل integrated culture mix[1]، وذلك في اطار اخلاقي ethical مستدام يحترم الاصالة الثقافية الاجتماعية للمجتمع المضيف ويسهم في التفاهم والتسامح بين الثقافات [2] وذلك للأسباب التالية:

١- تشير اتجاهات السياحة الحديثة الي زيادة الاهتمام بأنماط السياحة الثقافية والقائمة علي الاصالة وتجربة الواقع[3].

٢- تري دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 ان المنظور المسئول او الاخلاقي يمثل في الواقع قيمة مضافة وبعداً إيجابياً جديداً للرحلة السياحية بل انه يمثل ميزة تنافسية unique selling proposition (USP) لمنظمي الرحلات خاصة من اصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة لبيع الرحلات السياحية، والتي تمثل غالبية المشروعات السياحية في الدول العربية الاسلامية.(*)

١- الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع الشركات السياحية المصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١٢٦.

2- Responsible/ethical tourism, (http://bctf.ca/GlobalEd/TeachingResources/2006Secondary/PDF/ResponsibleEthicalTourism.pdf), accessed: Apr., 2011.

٣- امنية مختار ياقوت، "كيفية اجتذاب اسواق وشرائح جديدة للاسواق السياحية المصرية"، ***مجلة البحوث السياحية***، عدد ديسمبر، ٢٠٠٨، ص ٨.

* اشارت دراسة Weeden, C. 2002 الي ان الشركات المتوسطة والصغيرة في السوق الانجليزي اعتمدت علي تبني ترويج الرحلات ذات البعد الاخلاقي كاحد الاسواق الخاصة niche market من اجل تحقيق ميزة تنافسية بعيدا عن استخدام السعر للمنافسة وذلك في ظل سياسات التسعير التي ينتهجها منظمو الرحلات والتي اما تجلب هامش ربح ضئيل نتيجة بيع رحلات كثيرة العدد باسعار رخيصة، =

- كذلك فان المنظور الاخلاقي يمنح المقصد ميزة تنافسية لان السائح سوف يستشعر الاختلاف اثناء الرحلة السياحية كما انه يحمي مستقبل الصناعة من خلال ضمان استدامة المقاصد السياحية علي المدي البعيد. من خلال تحديد مسئولية السائح في هذا الاطار فالسائح المسئول هو الذي يراعي اثار النشاط السياحي علي الثقافات المحلية ويحترمها ويروج لأخلاقيات وممارسات ايجابية نحو الثقافة المحلية وبما يحقق فائدة السكان المحليين[1] وبالتالي فانها تصب في مصلحة مواطني دولة المقصد وتؤكد علي مباديء التنمية المستدامة.[*]

وهنا يجب الاشارة الي الاهمية القصوي لإصدار UNWTO كود عالمي لأخلاق السياحة Global Code of Ethics in Tourism ١٩٩٩[**] تستهدف تقليل الاثار السلبية للسياحة علي التراث الثقافي مع تعظيم فوائدها بالنسبة للسكان المحليين والمقاصد السياحية عن طريق

=او عن طريق بيع رحلات قليلة بأسعار مرتفعة نسبيا، لمزيد من المعلومات راجع:
Weeden, C., "Ethical Tourism: an opportunity for competitive advantage", ***Journal of vacation marketing***, Vol.8, No.2, 2001, pp. 141-153.

1- responsible/ethical tourism, op.cit , pp, 6, 8

* لمزيد من المعلومات راجع :

Donyadide, A.," Ethics in Tourism", ***European Journal of Social*** **Sciences**-Volume 17, Number 3 2010, pp. 426-433.

** يتضمن هذا الكود ١٠ عناصر اساسية " 10 articles "تستهدف تقليل الاثار السلبية للسياحة سواء علي البيئة او التراث الثقافي مع تعظيم فوائدها بالنسبة للسكان المحليين والمقاصد السياحية هي : اسهام السياحة في كل من :التفاهم المتبادل والاحترام بين الافراد والمجتمعات، وتحقيق متطلبات الفرد والجماعة، كأحد عوامل التنمية المستدامة، كمستخدم للتراث الثقافي الانساني والمساهم في اثرائه، كنشاط يفيد المجتمع المضيف، ملزم لكافة اطراف النشاط السياحي للعمل علي التنمية السياحية، كحق للإنسان، حرية حركة السائح، حقوق العاملين واصحاب المشروعات السياحية، واخيرا ضرورة تنفيذ تلك المباديء، لمزيد من المعلومات راجع:

- UNWTO, **International conference on tourism, religious & dialogue of cultures, Cordoba- Spain, 29-31 October, 2007.**

ادارة الزائر، وتقوم اسس ادارة الزائر في اطار الرؤية المقترحة علي العناصر التالية والتي يتضمنها هذا الكود المشار آليه:

١- إسهام السياحة في **التفاهم المتبادل والاحترام بين الافراد والمجتمعات** من خلال ترويج قيم اخلاقية عامة للبشرية جمعاء مع اتجاه التسامح واحترام تنوع الاديان والمعتقدات الاخلاقية كاسس ونتائج للسياحة المسئولة responsible tourism كما تضمن ذلك ضرورة مراعاة رؤي شركاء صناعة السياحة للتقاليد الاجتماعية والثقافية وممارسات كل الافراد حتي الاقليات من اجل تقديرها ووضعها في اعتبارات التنمية السياحية، وان تتم انشطة السياحة الدولية بما يتوافق مع القيم والتقاليد وقوانين وعادات المجتمع المضيف، مع احترام توقعات السائحين وأسلوب حياتهم ومتطلباتهم.

٢- **دورها في تحقيق متطلبات الفرد والجماعة** واهم ملامح هذا العنصر تتمثل في ضرورة تشجيع واحترام السياحة لاغراض دينية وثقافية، عدم استغلال البشر جنسيا بكافة الوسائل لاغراض السياحة خاصة فيما يتعلق بالنساء والاطفال.

٣- **دورها كمستخدم للتراث الثقافي الانساني والمحافظة عليه واثرائه** ومن اهم ملامح هذا العنصر ادراك اطراف صناعة السياحة ان الموارد السياحية تعد جزء من التراث الانساني المشترك وعليه يتوجب عليها حماية التراث الثقافي والاثري للأجيال القادمة خاصة الاماكن المقدسة والاضرحة مع ضرورة فتحها باستمرار لزيارة السائحين، بالإضافة الي تخطيط الانشطة السياحية بما يضمن ازدهار واستمرار المنتجات الثقافية والفلكلورية والحرفية بدلا من قولبتها او امتهان اصالتها.

٤- ما اشارت اليه دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 من ضرورة توافر عدد من العناصر تمثل عوامل يجب علي الزائر مراعاتها وهي: مراعاة العادات الاجتماعية، وطريقة الملبس والسلوكيات خاصة في الاماكن الاثرية والدينية وذلك بإصدار مواصفات للسائح المسئول اخلاقيا، وان يكون لديه معرفة بالمعتقدات الدينية، والوضع السياسي للمقصد[1].

1- Goodwin , H. & Francis, J., Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK, ***Journal of Vacation Marketing*** , Vol. 9 No. 3, 2003, PP. 276,277.

خامسا: اليات تنفيذية للعمل (أجراءات):

- **آليات قانونية وتشريعية:**

١- العمل علي انشاء هيئة حكومية سياحية عليا لادارة التعاون وتنسيق العمل في اطار الاستراتيجية المقترحة شانها في العمل شان وزارات السياحة ولكن علي مستوي فوق قومي supra national.

٢- اعادة النظر في كافة الاتفاقيات السياحية المبرمة بين دول التكتل المختارة بهدف تقييمها وانتقاء ما يناسب الظروف والمستجدات الراهنة من اشكال التعاون الواردة بها باعتبارها قاعدة اساسية لوضع استراتيجية ملائمة.

٣- اعادة النظر في التشريعات السياحية عموما والمتعلقة بالاستثمارات علي وجه الخصوص وتنسيقها بين دول التعاون بما يكفل تسهيل الاستثمار خاصة فيما يتعلق بتكاليف بدء نشاط الاعمال، وكذلك فيما يتعلق بالقوانين الحاكمة للاستثمارات الاجنبية، وجدير بالذكر ان كافة اتفاقيات التعاون الثنائية المبرمة بين دول التعاون تتضمن مقترح تبادل التشريعات، الا ان الامر يتعلق هنا بضرورة تنسيقها بل وتوحيدها اذا لزم الامر بما لا يضر بالمصالح الفردية لدول التعاون.

٤- تشكيل لجنة فض منازعات ووضع اجراءاتها في اطار الاتفاقية.[١]

٥- اصدار تشريعات تتعلق بمؤسسات الاقامة او المطاعم والكافيتريات وغيرها من المؤسسات السياحية المتوافقة مع الشريعة الاسلامية، وتقنين اوضاعها بالتوافق مع غيرها من مؤسسات الاقامة.

٦- تنسيق مواقف دول التعاون في الاتفاقات السياحية مع الدول الأخرى، بما يسمح لدول التكتل عقد اتفاقيات سياحية كطرف

١- كان هذا الاقتراح بناء علي كون غيابه احدي معوقات التعاون، حيث تمت الاشارة اليه سابقا.

واحد بما يمكنها من فرض شروطها استنادا لثقلها الاقتصـــادي، ومصالحها المشتركة.

٧- بخلاف ذلك فانه من الضروري ان يتم التأكيـد علـــي تنســيق التشريعات المتعلقة بالتقييم البيئى للمشروعات السياحية بما يحقق جودة البيئة الطبيعية وبما لا يضر بالموارد الطبيعية او الكائنات البرية والبحرية بحيث يتم التعاون في هذا المجـــال فـــي اطـــار مفهوم الاستدامة خاصة مع ما تعانيه الدول الثلاث مـــن نقـــاط ضعف فيما يتعلق باستدامة الموارد الطبيعية.(*)

كذلك فانه من الضروري التأكيد علي شفافية السياسات الحكومية خاصة في كل من المغرب ومصر، بحيث تكون جميع القوانين واضـــحة لجميع المستثمرين دون استثناء، بالإضافة الي ضرورة تخفيض تكـــاليف البدء في اي نشاط استثماري، كما يتعين علي تونس التقدم في التزاماتها بشان تحرير بعض الخدمات السياحية بما يحقق مصالحها وبما يتوافق مع مصر والمغرب.(**)

- **اليات سياسية:**

١- تعزيز درجات الامان لدي دول التكتل بما يؤكد الثقة في اذهـــان السائحين بوجود الامان من خلال زيادة الانفاق علـــي مكافحـــة الجريمة والارهاب ضد السائحين، والتأكيد علي بث الثقـــة فـــي امكان الاعتماد علي خدمات الشرطة اذ تمثل هذه العناصر نقاط ضعف تعاني منها الدول الثلاث وفقا لجدول تنافســية الســـياحة والسفر عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١. ويتم ذلك بالتنسيق بـــين الهيئـــة العليا للسياحة، والجهات الامنية فـــي دول التكتـــل بـــإجراءات محددة، خاصة في ظل الظروف السياسية والامنية الراهنة عقب الثورتين المصرية والتونسية.

٢- ضرورة وجود القائد الاقليمي للتعاون وهو الدولة المسئولة عن تنسيق القواعد والسياسات، مع توافر الارادة السياســـية لإنفـــاذ اجراءات التعاون.(١)

---

* راجع الفصل الخامس.

** راجع الفصل الخامس.

١- اماني رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة فى التكامل السياحى بـــين دول شرق البحر المتوسط" رسالة ماجستير غير منشورة – كلية الســـياحة والفنـــادق – جامعة الإسكندرية – ١٩٩٧، ص . ٢٤

٣- تحييد العمل في اطار هذا التعاون عن الخلافات العربية، وابعاده عن الهزات والخلافات السياسية الطارئة ودون اقحام السياسة في الاقتصاد بحيث يكون الاحتكام للمصالح الاقتصادية المشتركة بما لا يسمح بوجود اية منازعات فيما عدا المنازعات التجارية التي يحتكم فيها لآلية خاصة لفض المنازعات.(١)

- **آليات اقتصادية:**

١- ابراز المصلحة الاقتصادية المستهدفة من التعاون للدول المختارة(٢) وتحديدها تحديدا دقيقا بما يحفزها علي اتخاذ الخطوات نحو مزيد من التعاون خاصة في ظل تنوع المصالح، وتباين الموارد السياحية بحيث يكون التعاون مبعثه الوصول الي هدف عام يهم الاطراف جميعها وهو تحقيق الرفاهة الاقتصادية؛ لذا فانه سوف يتم البدء في التعاون بعدد محدود من الدول وببرامج محددة للتعاون بحيث يمكن التوفيق بين استراتيجيات التنمية السياحية فيها بما يحقق اهداف التعاون، وتبرز فيه المصلحة لكل الاطراف **وتتمثل هذه المصلحة في اهداف الاستراتيجية التي تم تحديدها سلفا.**

٢- تحديد ادوار كافة اطراف النشاط السياحي في اطار العمل في الاستراتيجية: الدور الحكومي (بحيث يكون دور الهيئة العليا للسياحة تنسيق العمل تشريعيا وتنظيميا وتسويقيا واداريا)، تحديد مجالات مشاركة القطاع الخاص في اشكال التعاون المقترحة سواء في السياحة البينية او الدولية، بالإضافة الي دور المنظمات غير الحكومية مثل الغرف السياحية(٣)، علي ان تكون مشاركة

١- محمد محمود الامام، **العمل الاقتصادي العربي المشترك : ابعاده وتطوره،** القاهرة: جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠١، ص. ٤٤٨.

٢- تم وضع هذا المقترح بناء علي نقاش مع الاستاذ الدكتور : احمد محمد مندور مايو ٢٠١١.

٣- اشارت مدير مركز المعلومات بالاتحاد المصري للغرف السياحية انه لا توجد اية صورة من صور التعاون بين الاتحاد المصري للغرف السياحية وبين ما يناظره من مؤسسات في المغرب وتونس، وذلك في مقابلة شخصية تم اجراؤها معها بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١.

القطاع الخاص في الاستثمارات والبنية الاساسية الداعمة لها بصورة متكاملة.[1] كذلك فان الاستثمارات الخاصة بين دول التكتل تعد سبيلا لسد فجوة التمويل وذلك نظرا لما يتميز به القطاع الخاص من كفاءة في تقديم الخدمات بأسعار تنافسية في مقابل القطاع الحكومي وبشكل يؤدي الي رفع كفاءة وانتاجية العمل.[2]

٣- تنسيق العمل بين الدول الثلاث علي مستوي المجالات الاقتصادية التي يتضمنها التعاون من خلال المشروعات المشتركة وتشغيلها وادارتها، ويعزز اختيار هذه المجالات لدي البحث الحالي وجودها كنصوص صريحة بداخل اتفاقيات التعاون او البرامج التنفيذية التي ابرمتها الدول الثلاث بحيث يتم تطوير العمل فيها في اطار الاستراتيجية المقترحة، وهي كما يلي:

- **تدريب القوة العاملة وتبادل الخبرات** (التدريب او التكوين السياحي)، وتبدو اهمية ذلك من خلال ما تعاني منه مصر والمغرب من ضعف جودة النظام التعليمي وكذلك البحوث، والتدريب مما يؤدي الي اعاقة ما يمكن ان تحققه الموارد البشرية من قدرة تنافسية ليس للمؤسسة فقط وانما للمقصد ككل.[*]

ويتضمن العمل الاستخدام الكفء للقوة العاملة اداريا وفنيا استهدافا لرفع كفاءة القوة العاملة سواء علي مستوي التعليم السياحي والتدريب او علي مستوي تبادل الخبرات وغالبا فان مصر هي التي تضطلع بمهام التدريب والتعليم السياحي نظرا لما لها من تاريخ طويل في

١- اشار السيد مدير عام الشئون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية في مقابلة اجرتها معه الباحثة ان مجموعة الخرافي الكويتية قد قامت بعمل كافة اعمال البنية الاساسية في منطقة مركز جبل الجزيرة الحمراء ومطارمرسي علم .

٢- علي درويش الشمالي، عبد الرؤوف توفيق، " دراسة مقارنة برنامج الخصخصة في المملكة الاردنية الهاشمية والجمهورية التونسية"، ***المجلة العلمية لكلية التجارة "بنين" جامعة الازهر***، العدد ٢٧، ٢٠٠٢، ص ٢٩٣.

* راجع الفصل الخامس.

التعليم السياحي[1]، اما علي مستوي تبادل الخبرات فان الاتفاقيات التي تم ابرامها بين مصر وكل من المغرب وتونس كانت تشير الـــي مجـــالات محددة يمكن لكل طرف ان يستفيد من الاخر فيها وفيما يلي عرض لاهم مجالات التعاون في هذا الصدد:

- **بالنسبة لمصر وتونس:** فقد احتوي البرنامج التنفيـــذي للتعـــاون السياحي للاعوام ٢٠١٠-٢٠١٣ علي تشجيع تبـــادل الخبـــرات والمدربين في المجال السياحي والفندقي، ودراسة امكانية تبـــادل المنح الدراسية ومدتها بين الجهات المعنية في البلـــدين، وتنظـــيم دورات تدريبية في مجالات السياحة المختلفة في كـــلا البلـــدين، كذلك اشتمل البرنامج التنفيذي ٢٠٠٥-٢٠٠٧ علي تبادل المناهج الدراسية المطبقة في الكليـــات والمعاهـــد والمـــدارس ومراكـــز التدريب السياحي والفندقي في البلدين. امـــا فـــي مجـــال تبـــادل الخبرات فان السياحة العلاجية، والسياحة الثقافية كانـــت محـــل التعاون المرجو نظرا لما تتميز به تونس في الاولي وما تتميز به الدولتان في الثانية .
- **بالنسبة لمصر والمغرب:** فقد تضمن البرنامج التنفيذي للتعـــاون السياحي ٢٠٠٦-٢٠٠٨ تبادل المعلومـــات وزيـــارات الخبـــراء والمدربين المتخصصين، وتبادل المنح الدراسية في مجال السياحة والفندقة في كلتا البلدين.[*]

١- جاء ذلك في معرض حديث السيدة مدير عام الشئون الدولية بوزارة السياحة فـــي مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة .

* قام بالفعل وفد من الجانب المغربي بناء علي دعوة من الجانب المصري بزيـــارة لبعض المعاهد السياحية الفندقية بمصر ومنها المعاهد التابعة لشركة ايجوث فـــي هذا الشأن حيث تم الاتفاق علي اعداد مشروع اتفاقية توامة بين الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق (ايجوث) ووزارة السياحة المغربية وفي لقاء تم بين وزير السياحة المغربي مع السيد سفير مصر في الرباط ٢٠٠٦/٣/١ ان اعرب الجانـــب المغربي عن رغبته في ان يكون المعهد العالي الدولي للسياحة بمدينة طنجة شمال المغرب هو الطرف المغربي في اتفاقية التوامة مع شركة ايجوث، كمـــا رحـــب سيادته بتوجيه الدعوة لعدد (٢) من الممثلين عن شركة ايجوث لزيـــارة المعهـــد العالي بطنجة اسوة بالزيارة التي تمت من الجانب المغربي.

- **بالنسبة لتونس والمغرب:** تشير الاتفاقية الموقعة في ٧ ابريل ٢٠٠٩ الي تبادل التجارب والخبرات في مجال التكوين الفندقي والسياحي وتبادل المنح الدراسية والمناهج وأساليب التعليم في المعاهد المتخصصة في البلدين.[١]

لذا وبناء علي ما سبق فان التعاون في هذا المجال يقترح ان يمتد الي انشاء ادارة مركزية للتدريب تنبثق عن الهيئة العليا للسياحة واقامة وحدات تدريبية محددة في دول التعاون ينتقي للتدريب فيها افضل الكوادر العلمية والفنية المتخصصة من دول التعاون، وذلك بالتنسيق مع منظمة العمل العربية[*] والغرف السياحية في الدول الثلاث للاستعانة بالخبرات المهنية والفنية وعدم الاقتصار علي الجانب الاكاديمي فقط.

كما انه يقترح ان يتم التركيز علي تقوية نقاط الضعف التي تعاني منها هذه الدول في هذا المجال خاصة وان مصر لم تحقق اية ميزة تنافسية في الموارد البشرية لعام ٢٠١١ وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر، كما لم تحقق المغرب سوي ميزة تنافسية واحدة فيما يتعلق بانخفاض حجم انتشار الايدز سواء عام ٢٠٠٩ او ٢٠١١مما يدلل علي سلامة القوة العاملة، وهنا يتم التنسيق بشان استفادة كلتا الدولتين من تجربة ثالثتهما تونس التي تحققت نقاط قوتها في مجال التدريب والبحث في هذا الشأن، هذا علي الرغم من ان جدول تنافسية السفر عام ٢٠٠٩ قد اشارت الي ان مصر تمتلك ذات المزايا التنافسية.

ـ الاستثمار في المشروعات السياحية:

تضمن الاتفاق بين تونس والمغرب ٢٠٠٩ تنظيم ملتقيات للتعريف بفرص الاستثمار السياحي المتوفرة في البلدين وتبادل المعلومات والتشريعات والأنظمة المتعلقة بالاستثمار السياحي، كما تضمنت اتفاقيات التعاون المبرمة بين مصر وباقي اطراف التعاون امكانية التعاون

١- توقيع اتفاقية تعاون وترويجى سياحى بين المغرب وتونس، مجلة المسلة الاليكترونية:

www.almasallanews.com/News-2532.html, accessed: May, 2011.

* الموقع الرسمي لمنظمة العمل العربية :

http://alolabor.org, accessed: May, 2011.

السياحي في مجال الاستثمارات، وتضمن البرنامج التنفيذي السابق ذكره بين مصر والمغرب تشجيع تبادل المعلومات والخبراء في مجال الاستثمار السياحي في مناطق التنمية السياحية الجديدة خاصة مشروعات البنية الاساسية، وعرض فرص الاستثمار السياحي والتسهيلات والضمانات التي تقدم لجذب المستثمرين، اما بالنسبة لمصر وتونس فقد اشتمل اتفاق ٢٠١٠ امكان تبادل تجارب البلدين في مجال انشاء وادارة مارينا اليخوت، وادارة القري السياحية.

وفي اطار الاستراتيجية يقترح تنفيذ الاستثمارات من خلال **البحث في مصادر تمويلية**[١] اقليمية بقدر الامكان ويقترح ان يتم ذلك اما عن طريق انشاء بنك سياحي او الاستعانة بالبنك الاسلامي للتنمية خاصة بالنسبة لتوفير متطلبات نمط السياحة الاسلامية، او عن طريق تشجيع الدول النفطية علي الاستثمار داخل دول التعاون المختارة استنادا لإمكانياتها التمويلية في مقابل ما لدي دول التعاون من امكانيات سياحية واعدة، ويتم تشجيع هذه الدول علي الاستثمار من خلال ابراز اهمية توجيه فوائضها الاستثمارية في الاسواق العالمية وخاصة في ظل الاثار السلبية المترتبة علي توجيه استثماراتها خارج المنطقة خاصة بعد انهيار الاسواق العالمية علي اثر الازمة المالية ٢٠٠٨.

واستنادا لاتفاقية أغادير التي تجمع المغرب وتونس ومصر والأردن، يمكن للشركات السياحية تعزيز قدراتها التنافسية سواء في مجال تنظيم الرحلات او مشروعات الاقامة أو غيرها من الاستثمارات المتطلبة.[٢]

ولا تقتصر الاستثمارات المشتركة فقط علي ما سبق؛ حيث يمثل الاستثمار في البنية الاساسية الخادمة لتلك المشروعات او البنية الاساسية العامة في المناطق السياحية مثل الطرق البرية وانشاء موانيء ضرورة ملحة مع ما تعانيه الدول الثلاث من نقاط ضعف وفقا لدليل تنافسية السياحة والسفر ٢٠٠٩، ٢٠١١ خاصة مصر والمغرب وكذلك في مجال انشاء المطارات حيث تعاني الدول الثلاث من نقطة ضعف في كثافة

١- اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٢١٩.

2- http://www.agadiragreement.org/, accessed: Jun., 2011.

المطارات او حتي التعامل في مجال ادارة هذه المرافق مع الاستعانة بنظم المعلومات الجغرافية في تحديد الاماكن المناسبة لذلك.

ومن ناحية اخري ومن اجل تشجيع الاستثمار فقد تم توقيع اتفاقية لتشجيع وضمان الاستثمار بين دول الاتحاد المغرب العربي منذ عام ١٩٩٠ لتشجيع الاستثمارات بين الدول الاعضاء[١] كما لا توجد في مصر اي من اشكال التمييز في حوافز الاستثمار للمستثمرين الاجانب او المصريين عن العرب في تخصيص الاراضي.[*] وتتمثل المناطق السياحية الواعدة المطروحة للاستثمار فيما يلي:

مصر: تتمثل في مناطق الساحل الشمالي، البحر الاحمر، راس سدر للسياحة الترفيهية، وكذلك سيناء[٢] والتي تتعلق ايضا بالسياحة الثقافية خاصة منطقة الفرما مدخل رحلة العائلة المقدسة.[٣]

المغرب: في إطار رؤية ٢٠٢٠، تم وضع ستة برامج تهم السياحة الثقافية والشاطئية والطبيعية، واستكمالها ببرامج ترتكز على مناطق قروية ذات قيمة مضافة عالية.

ويتعلق الأمر بالمخطط الازرق ٢٠٢٠"، والمتعلق بالعرض الشاطئي الذي يمنح قدرة تنافسية للمغرب على الصعيد الدولي، و"برنامج جرين إيكو/التنمية المستدامة" من أجل الموارد الطبيعية والقروية.

١- اتفاقية لتشجيع وضمان الاستثمار بين دول الاتحاد المغرب العربي
www.maghrebarabe.org/admin.../acc%20encouragement٢٠%invest.pdf, accessed: May, 2011.

* في مقابلة شخصية اجرتها معه الباحثة بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١ اشار السيد مدير عام الشئون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية الي ان الكل (مصريين – عرب – اجانب) متساوون في المزايا الاستثمارية والكل مطالب عند القيام باي مشروع استثماري القيام بتاسيس شركة مساهمة مصرية بغض النظر عن الجنسية، فيما عدا الاستثمار في سيناء.

٢- تم الحصول علي هذه المعلومة من خلال مقابلة شخصية مع مدير عام الشئون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحيةبتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١

٣- جمعية رجال الاعمال المصريين، اجتماع لجنة السياحة ٢٦ -١-٢٠١١:
www.eba.org.eg/PortalFiles/ebaevents/Committee_meetings/to260111.doc, accessed: Jun., 2011.

كما يتعلق الأمر ببرنامج التراث والموروث لابراز الهوية الثقافية للمغرب، وكذا "برنامج التنشيط والرياضة والترفيه"، وتتعلق هذه الاستراتيجية كذلك ببرنامج السياحة القروية ذات القيمة المضافة العالية"، بالإضافة الي تنمية سياحة الأعمال.

وهناك منطقتان للسياحة الشاطئية على الساحلين الأطلسي والمتوسطي، وذلك عبر إستكمال إنجاز مشاريع «المخطط الأزرق» وتطوير منتجات جديدة في الجنوب وهي « سوس-الصحراء الأطلسية»، التي تشمل مواقع اغادير ونواحيها (تافراوت إموزار- إداوتنان) العيون وكلميم، إضافة إلى "المغرب المتوسطي" في مواقع السعيدية، مرشيكا وكلا إريس، جامعا بين الترفيه والتنمية المستدامة.

كما تركز الأربع مناطق الأخرى على العرض الثقافي بالتركيز علي مراكش وتوبقال والصويرة، في نفس الوقت يتم التركيز علي "مغرب الوسط" بالتحديد مواقع فاس ومكناس وإفران.

ويتعلق الأمر أيضا برأس الشمال" و"وسط الأطلسي". وأخيرا منطقتين تعتبران واجهة للمغرب في مجال التنمية المستدامة وهي مواقع طبيعية واستثنائية بالمغرب وهما" جنوب الأطلسي الكبير"، وهي مواقع الداخلة، و"الأطلس والوديان" المتمركز حول ورزازات، والوديان والواحات والأطلس الكبير، للسياحة البيئية والتنمية المستدامة.(١)

اما مناطق الاستثمار السياحي في **تونس**(٢) فيوضحها الجدول التالي:

١- المملكة المغربية، برنامج واحة تافيلاليت :

http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=72&cont=341, accessed : Jun. , 2011.

٢- وزارة السياحة، الديوان الوطني التونسي للسياحة، دليل المستثمر في القطاع السياحي :

www.tourisme.gov.tn, accessed: Apr., 2011.

جدول (٣٤): مناطق الأستثمار السياحى فى تونس

الولاية	المنطقة	المنتوج
جنـدوبـة	معتمدية طبرقة	السياحة الساحلية بالشمال
	معتمدية عين دراهم	السياحة الساحلية بالشمال
	بلاريجيا من معتمدية جندوبة الشمالية	السياحة الثقافية
	شمتو من معتمدية جندوبة الشمالية	السياحة الثقافية
	حمام وشتاتة	سياحة المياه المعدنية
	حمام الورهانية	سياحة المياه المعدنية
	حمام علي ضوه	سياحة المياه المعدنية
	حمام الصالحين	سياحة المياه المعدنية
	العين السفلى لحمام بورقيبة.	سياحة المياه المعدنية
	العين العليا لحمام بورقيبة	سياحة المياه المعدنية
	العين الشعبية بحمام بورقيبة	سياحة المياه المعدنية
	عين بومنتن	سياحة المياه المعدنية
بــاجـة	معتمدية نفزة	السياحة الساحلية بالشمال
	دقة من معتمدية تبرسق	السياحة الثقافية
	معتمدية تيبار	السياحة الثقافية
	معتمدية تستور	السياحة الثقافية
	حمام نفزة	سياحة المياه المعدنية
	حمام كف التوت	سياحة المياه المعدنية
	حمام سيالة	سياحة المياه المعدنية
الـكـاف	معتمدية الكاف	السياحة الثقافية
	حمام ملاق من معتمدية الكاف الغربية	السياحة الإستشفائية بالمياه المعدنية
	حمام بزاز	سياحة المياه المعدنية
	حمام ملاق	سياحة المياه المعدنية
سـليـانـة	معتمدية مكثر	السياحة الثقافية
	معتمدية كسرى	السياحة الثقافية
	معتمدية سليانة	السياحة الثقافية
	حمام بياضة	سياحة المياه المعدنية
بـنـزرت	معتمدية أوتـيـك	السياحة الثقافية
	محمية إشكل	السياحة البيئية والخضراء
	حمام سيدي بن عباس	سياحة المياه المعدنية
	حمام سيدي عبد القادر	سياحة المياه المعدنية
	حمام الشفاء	سياحة المياه المعدنية
	حمام النقراس	سياحة المياه المعدنية
	حمام العتروس	سياحة المياه المعدنية
	عين الحمام (أوتيك)	سياحة المياه المعدنية
بن عروس	أوذنة من معتمدية مرناق	السياحة الثقافية
زغـوان	تبربو ماجوس - معتمدية الفحص	السياحة الثقافية
	معتمدية زغوان	سياحة المياه المعدنية.
	حمام الزربية	سياحة المياه المعدنية.
	حمام جبل الوسط	سياحة المياه المعدنية.

الولاية	المنطقة	المنتوج
نــابـل	كركوان من معتمدية حمام الغزاز	السياحة الثقافية
	عين الفكرون	سياحة المياه المعدنية
	عين الكالاسيرا	سياحة المياه المعدنية
	عين الصبية	سياحة المياه المعدنية
	عين الشفاء	سياحة المياه المعدنية
	عين العتروس	سياحة المياه المعدنية
	العيون البحرية	سياحة المياه المعدنية
المهـديـة	معتمدية الـجم	السياحة الثقافية
الـقـيـروان	معتمدية القيروان	السياحة الثقافية
	معتمدية الوسلاتية	السياحة الثقافية
	حمام طرزة	سياحة المياه المعدنية
	حمام سيدي معمر	سياحة المياه المعدنية
	عين الشنامة	سياحة المياه المعدنية
صـفـاقس	جزر قرقنة	السياحة البيئية والخضراء
الـقصـريـن	كامل الولاية	سياحة الإيواء والتنشيط
	حفرية سيدي بولعابة	سياحة المياه المعدنية
سـيـدي بـوزيـد	محمية بوهدمة	السياحة البيئية والخضراء
	حمام جلمة	سياحة المياه المعدنية
قــابـس	معتمدية الحامة	السياحة الصحراوية
	معتمدية منزل الحبيب	السياحة الصحراوية
	معتمدية مطماطة القديمة	السياحة الجبلية
	معتمدية مطماطة الجديدة	السياحة الجبلية
	حمام عين البرج	سياحة المياه المعدنية
	حمام سيدي عبد القادر	سياحة المياه المعدنية
	حفرية الصغير	سياحة المياه المعدنية
	حمام الزارات	سياحة المياه المعدنية
	حفرية الخبايات	سياحة المياه المعدنية
مـدنـيـن	معتمدية بني خداش	السياحة الجبلية
	حفرية تويلات بن قردان	سياحة المياه المعدنية
تـطـاويـن	معتمدية رمادة	السياحة الصحراوية
	معتمدية الذهيبة	السياحة الصحراوية
	معتمدية بئر لحمر	السياحة الجبلية
	معتمدية تطاوين الشمالية	السياحة الجبلية
	معتمدية تطاوين الجنوبية	السياحة الجبلية
	معتمدية غمراسن	السياحة الجبلية
	معتمدية الصمار	السياحة الجبلية
	حفرية سانقو	سياحة المياه المعدنية
	حفرية الفرش	سياحة المياه المعدنية

الولاية	المنطقة	المنتوج
قفصة	معتمدية قفصة الشمالية	السياحة الصحراوية
	معتمدية سيدي عيش	السياحة الصحراوية
	معتمدية القصر	السياحة الصحراوية
	معتمدية قفصة الجنوبية	السياحة الصحراوية
	معتمدية القطار	السياحة الصحراوية
	معتمدية بلخير	السياحة الصحراوية
	معتمدية السند	السياحة الصحراوية
	معتمدية أم العرايس	إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي
	معتمدية المتلوي	إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي
	معتمدية الرديف	إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي
	معتمدية المظيلة	إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي
	حفرية سيدي أحمد زرّوق	سياحة المياه المعدنية
توزر	كامل الولاية	السياحة الصحراوية
	حفرية سيدي عبد القادر'	سياحة المياه المعدنية
	حفرية نفطة	سياحة المياه المعدنية
	حمام البرمة	سياحة المياه المعدنية
	حمام الرجال	سياحة المياه المعدنية
قبلي	كامل الولاية	السياحة الصحراوية
	حفرية رأس العين	سياحة المياه المعدنية
	حفرية جمنة	سياحة المياه المعدنية

المصدر: وزارة السياحة التونسية، الديوان الوطنى التونسى للسياحة، دليل المستثمر فى القطاع السياحى.

www.tourism.gov.tn ،accessed: May 2011

- العمل علي تكوين تكتلات لمنظمي الرحلات ووكالات السفر في الدول الاعضاء مما يسهم في رفع القدرة التنافسية لها في مقابل الشركات السياحية دولية النشاط.
- واخيرا يتطلب التعاون في الاستثمارات السياحية الاهتمام بالخدمات الاستشارية الفنية والاقتصادية والبيئية المتعلقة باي مشروع يتم الاتفاق عليه في اطار الاستراتيجية المقترحة، والمدة الزمنية والمكان الانسب للتنفيذ بحيث يقترح ان يكون هناك مكتب استشاري متخصص تكون له امكانيات الاتصال بالمتخصصين في كافة جوانب المشروع المقترح حتي يتسني التعرف علي ما يتعلق بالتكلفة/المنفعة للمشروع (بيئيا – اقتصاديا – اجتماعيا/ ثقافيا)، وبما يضمن كفاءة تنفيذ المشروع.(١)

١- اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٤٠٩.

آليات سياحية:

اولاً: بالنسبة للسياحة الدولية:

أ) توفير متطلبات نمط السياحة الاسلامية(*):

١ـ المتطلبات المادية:

- الفنادق التي تقابل الاحتياجات الدينية او ما يطلــق عليهــا الفنــادق المتوافقة مع الشــريعة الاســلامية religion-friendliness hotels او امــاكن ضــيافة حــلال Shariia compliant hotels Halal hospitality، ولهــا عــدد مــن الخصــائص حــددتها دراســة Handerson,J.C.,2010[1] هي:
- عدم تقديم او استهلاك الخمور، بالاضافة الي تقديم الاطعمة الحــلال ومنها اللحوم التي تم ذبحها وفقا للشريعة الاسلامية وذلــك باســتبعاد لحوم الخنزير.
- تواجد المصاحف وسجاجيد الصلاة وبعض كتب الاذكار والادعيــة، ومؤشر القبلة **Quran and the Qiblah direction pointer** في كل غرف الفندق وتوفير اماكن للصلاة مع عدم توجيه الحمامات في اتجاه القبلة.
- امداد الحمامات بتجهيزات للاغتسال " Bidets" .
- وسائل ترفيهية مناسبة دونما قنوات تليفزيونية اباحيــة – او ملاهــي ليلية.

---

*__هذا التقسيم__ حددته دراسة التي تناولت مفهوم الخصائص الدينية للمقصد

Battour, M., Ismail M. N.and. Battor, M., The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, ***International Journal of Tourism Research,*** Online Version of Record published before inclusion in an issue, 2010:

http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/abstract, accessed:Mar., 2011.

1-Henderson, J.C, "Sharia-compliant hotels", ***Tourism and Hospitality Research***, Vol, 10 , July , 2010, pp. 248.

- فصل التسهيلات الترفيهية للرجال عن النســـاء، وتخصـــيص ادوار لاقامة النساء او توفير وحدات الاقامة للنساء فقط (*) women only accommodation، (**) مع توفير خدمات صحية تساعد على تجديد نشاط السائح ؛ حيث يقترح تقرير WTM 2009 ان يتم ربط الاقامة النسائية بالسياحة العلاجية مثلا بما يسمح بوجود مثل هذا النوع مـــن الاقامة في دول التكتل.
- ضرورة ان يسهم تصميم الفندق في اثراء تجربة للسائح من خـــلال تمييزه اما من خلال الجو العام، الخـــدمات والتســـهيلات، الـــديكور والخصائص الفريدة للثقافة الاصيلة للمقصد ، او من خـــلال اثـــراء العلامة التجارية، بما يجعله جذابا للزيارة للسائحين المحتملين عبـــر الكلمة المنطوقة، وتعد الفنادق المتوافقة مع الشريعة الاسلامية في حد ذاتها مميزة في هدفها، وخدماتها، وتسهيلاتها، وبالتالي فان تصميمها

---

* ويعد فندق "لوذان" الواقع في مدينة "الرياض" من أوائل الفنادق الخاصة بالسائحات النساء القادمات من الخارج، وتم افتتاحه في مارس ٢٠٠٨

** يوجد في المانيا وكالات السفر المخصصة لخدمات سفر المراة ففي برلين يوجـــد فندق ارتي ميزيا Artemisi الذي تستطيع النزيلات التجول فيه بالتراك ســـوت او البكيني، ويوجد داخل الفندق وكالة سفر تنظم الزيارات النســـائية للمـــزارات الثقافية والسياحية وغيرها، كما تاسست في هامبورج بورصة ســـياحة النســـاء، وفي لندن يعد فندق Reeves اشهر الفنادق النسائية الاوروبية، وبه وكالة ســـفر تنظم رحلات للنساء تحت شعار (غربا وشرقا بمنتهي الامان ودون قيود) ، وقد تم تخصيص الطابق الأربعين في فندق أبراج الإمارات لهذه الغايـــة، والـــذي يـــتألف من ١٠ غرف وجناح واحد في قمة البرج وقد تم تصميم طابق شوبارد لسيدات الأعمال المسافرات اللـــواتي يبحـــثن عـــن أعلـــى درجـــات الفخامـــة والخصوصية. ويقوم طاقم مؤلف من الموظفات الإناث حصراً بتقديم الخـــدمات لسيدات الأعمال المسافرات في طابق شو بارد الفاخر كما أطلقت شركة مـــدائن للاستثمار الفندقي أول صندوق استثماري لتمويل إنشاء الفنادق الإسلامية بقيمـــة مليار درهم (تعادل ٢٧٢.٥ مليون دولار)، يهدف في المقام الأول إلى تشييد ٣٠ فندقاً في الإمارات والسعودية خلال ٣ سنوات و أول المشروعات سوف يقام في إمارة أم كما أن الشركة تستهدف كذلك سوق الفنادق في أبي ظبي .

الداخلي وعمارتها ايضا يجب ان تكون متفردة نابعة من ملامح الثقافة المحلية اعتمادا علي نوعية السائح التي يسعي الفندق لاجتذابها.[١]

- توفير فريق عمل بملابس مناسبة محتشمة مع اعلان سياسة عامة لزي النزلاء ، بالإضافة الي ذلك فقد اشارت دراسة Timothy and Iverson 2006 انه يمكن ايضا لهذه الفنادق ان تعلم موظفيها التواصل الثقافي مع احتياجات السائحين المسلمين وان يكون هناك موظفون من الرجال لخدمة الرجال، ومن النساء لخدمة النساء بالإضافة الي ذلك يتم توظيف الكوادر النسائية المتخصصة ليس فقط في المكاتب الامامية في الفنادق والمطاعم، و الارشاد السياحي وانما ايضا في الانتقالات حيث يتم انتقاء السائقين القائمين عليها من النساء ايضا، او وضع اتوبيسات معزولة للنساء مثلما تقوم به دبي بالإضافة الي شواطيء للنساء.[*].[٢] ولا يقتصر هذا النمط في ادارة، وملكية مشروعاته وتمويلها علي افراد مسلمين وانما هناك بعض الشراكات الأخرى، وهناك العديد من شركات الفنادق المتوافقة مع الشريعة الاسلامية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقية مقرها دبي بالإمارات العربية المتحدة ويتضح ذلك في الجدول التالي:[٣]

1- Lee , T.J., "role of hotel design in enhancing destination branding ", *Annals of Tourism Research* ،Vol. 38, No. 2 , 2011 , pp. 708-710.

* من اهم الشواطيء النسائية: شاطيء يشمك، وو شاطيء La Femme مارينا – الساحل الشمالي المصري.

2- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit.

و راجع ايضا :

Henderson, J.C, Op.cit, P. 247

3- Ibid, P. 249.

جدول رقم (٣٥): الفنادق المتوافقة مع الشريعة الأسلامية

اسم شركة الفنادق	المفهوم	المتلكات القائمة	المتلكات المخطط تنفيذها
الملا للضيافة	توافق مع الشريعة الاسلامية ونمط الحياة الملتزم بدون اجبار الزائر	-	١٥٠ (الشرق الاوسط - شمال افريقية - جنوب شرق اسيا - اوروبا) تنتهي ٢٠١٣
الجوهرة	ضيافة اسلامية - ضيافة اماراتية - توافق مع الشريعة الاسلامية	٣ (دبي)	غير متاح
مجموعة لاندمارك للفنادق	توافق مع الشريعة - اتجاه شرق اوسطي	-	١٠ (فنادق وشقق مجهزة بالمملكة العربية السعودية والامارات العربية المتحدة) تم اطلاقها عام ٢٠٠٨
فنادق ومنتجعات ريحان (روتانا)	احترام ثقافة ومعتقدات النزلاء	١ (المملكة العربية السعودية)	٣
مجموعة سراي	شرق اوسطية - توافق مع الشريعة	-	٢٤ (الشرق الاوسط - شمال افريقية - جنوب اسيا)
فنادق شذا	تقوم علي الثقافة والتقاليد العربية- الروح الشرقية - حساسية للاعتبارات الاسلامية	-	٧ (البحرين - القاهرة - الدوحة - دبي - مراكش - مسقط) بشراكة مع German Kempenski group مع مؤسسة مالية بحرينية تم افتتاحها عام ٢٠٠٦
فنادق ومنتجعات تمني	الالتزام بالمباديء الاسلامية	١ (دبي)	٢(الامارات العربية المتحدة)

المصدر:

Corporate websites; Hotelier Middle East (2008a – d); Rosenberg and Choufany (2009).

يتضح من الجدول وجود سياسة عامة هي الالتـزام بقـيم المجتمعـات الاسلامية مع مراعاة الاعتبارات الاقتصادية المتعلقة بعدم تحديد سـوقها المستهدف او تضييقه الا ان هناك بعض الملاحظات تتمثل في :

- ان سياسة شركة الملا تتمثل في ان منع الخمور او التدخين يمكن ان يمثل عنصر جذب selling point من اجل الحفـاظ علـي الصحة العامة وخوض تجربة متميزة يصـعب خوضـها فـي الاوسـاط الغربيـة Hotel branding as healthy & responsible ، و بالتالي استهداف شريحة المسافرين التي تتميز بالوعي والتفـتح' conscious lifestyle travellers بحيـث يصبح للفندق سياسة عامة ملزمة للنزلاء الذين يختارون الاقامـة بالفندق دونما اجبار و بحيث يصبح للقيم و اسلوب الحيـاة فـي المجتمعات الاسلامية قدرة علي الوصول بصورة ايجابية للسوق المستهدف.[١]
- اما بالنسبة لفنادق شذا فهي تستهدف تقديم تجربة مميزة للسـائح تنبع من الثقافة العربية الاسلامية، والروح الشرقية وتؤكد علـي اصالة التجربة التي يخوضها السـائح داخـل الـدول العربيـة الاسلامية، والتي بالضرورة لا تنطوي علي اسـتهلاك او تقـديم الخمور الا انه لابد ان تستخدم الرسالة الاعلانية بصورة ايجابية تراعي استخدام المصطلحات والمفردات المناسبة داخل الرسـالة الاعلانية، ولا تتعرض للالتزامات والفروض الدينية التي قد تثير القلق وعدم الارتياح والعبرة هنا بإمكانية قيام مسئولي التسـويق بتوجيه رسالة اعلانية مناسبة لغير المسلمين.
- كذا فان العائلات المحافظة التي تريد الاستمتاع بالهـدوء فهـي هدف اخر لفنادق لاندمارك ، اما مجموعة سراي فهي تسـتهدف سائحي منطقة الشرق الاوسط بالإضافة الي السائحين الغـربيين وتسعي الي تقديم تجربة اصيلة خاصة لسائحي المنطقة.

1- Henderson , J.C., Sharia-compliant hotels, op.cit , p. 251.

oاما الشقق الفندقية التي تقدمها " الجوهرة" فهـي تضـمن تـوفير ضيافة اماراتية و اسلامية مميزة، وهي تتفق في سياسـتها مـع مجموعة روتانا في احترام معتقدات النزلاء.

oوبالنسبة لرؤية مجموعة تمني للفنادق و المنتجعات فهي تستهدف تقديم منتج فريد قائم علي التراث العربي و القيم المحلية دونمـا قيود دينية او عرقية.

- **اماكن الصلاة:** يتعلق الامر بمدي توافر اماكن للصلاة حيـث يـري Handesron 2003 ان المسجد وحجرات الصـلاة بالفنـدق تمثـل عنصر جذب للسائح؛ كما يسهم وجود عدد من المساجد بالقرب مـن مكان اقامة السائح في زيادة رضا السائح عن تجربته وهذا مما لاشك فيه من اهم مميزات دول التكتل. هذا بالإضافة الي ضرورة تـوافر المساجد داخل المواقع السياحية.(*)

- **مدي توافر الاطعمة الحلال:** يتعلق الامر هنا بمدي تـوافر الاطعمـة التي يبيحها الاسلام فقط اذ يحرم الاسلام لحوم الخنزير، والخمـور، حيث يحرص السائح المسلم ليس فقط علي تناول الاطعمـة الحـلال وانما ايضا التأكد من انه تم ذبح الحيوانات وفقا للشريعة الاسـلامية، وقد تناولت عدد من الدراسات مدي تأثير توافر الاطعمة الحلال علي اختيار المسلم لزيارة مقصد معين مثل دراسة**Mohsin and Ryan, 1997; Syed, 2001; Mohsin2005; [1]Weidenfeld,2006 Weidenfeld and Ron, 2008** بحيث لا يتم تقديم اطعمة يدخل في تكوينها المحرمات بجميع صورها واشكالها ولا يجب ان تكـون

---

* من المطروح باستمرار هو عدم وجود مصلي داخل مكتبة الاسكندرية وهذه مشكلة تواجه كل مرتادي المكتبة سواء من السائحين او مستخدمي المكتبة ايضا وقد اشارت لذلك احدي السائحات الخليجيات في زيارة للمكتبة بان ذلك Fatal mistake.

1- Weidenfeld, A.&Ron, A.S., OP.CIT, P. 359

وراجع ايضا :

Weidenfeld, A.," Religious needs in the hospitality industry", ***Tourism and Hospitality Research***, Vol. 6, No. 2, 2006,, P. 144.

ادوات تناولها قد تم تعرضها لهذه الاطعمة. ويري **Dugan, 1994** انه كلما استطاع المقصد ارضاء احتياجات السائح المسلم الغذائية اثناء الرحلة فانه يجذب مزيدا من السائحين المسلمين وهذا ما تستطيع توفيره دول التكتل، ولا شك ان رضا السائحين يزيد من ولائهم وزياراتهم المقبلة.

وقد اشارت دراسة Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., 2010. الي انه من المفترض ان يكون مكان الفندق بعيدا عن الملاهي الليلية، او اماكن ممارسة الرذيلة red light districts

- **خدمات مساندة:** يتعلق الامر هنا بضرورة توفير خرائط لاماكن المساجد في مراكز المعلومات السياحية، والمطارات، والفنادق، وتوفير خدمة سائقات التاكسي من النساء مما يسبب الارتياح لدي السيدة واسرتها مثلما هو الحال في بعض الدول مثل البرازيل.

٢- متطلبات غير مادية:[١]

- **رحلات شاملة حلال:** حيث يمكن تخصيص عدد من الرحلات الجوية اواماكن معينة داخل الطائرات تخصص لعدم تناول الكحوليات[٢]، كما يجب تخصيص اماكن معينة للنساء من اجل الترفيه مثل تخصيص ساعات معينة لحمامات السباحة والشواطيء وممارسة الرياضة حتي لا يتعارض رغبتهم في الاستمتاع مع القيم الاسلامية في ارتداء ملابس مناسبة للسباحة ، ويوجد عدد من الشركات السياحية في الدول العربية الاسلامية تقوم بتنظيم رحلات وفق هذا النمط.[*]

1- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit.

2- World Travel Market (WTM), **global trends report 2007**.

* http://www.arabafricantours.com
http://egyptexcursions.net/private-excursions-daytrips/84-egypt-halal-tours-egypt-halal-friendly-muslim-tour-packages
http://egypthalaltours.com
Responsible Travel.com, accessed: May, 2011.
وسوف يتم في اخر الدراسة اقتراح نموذج لرحلة حلال بالاستعانة بالمواقع السابقة.

- **عدم الاباحية في الملابس** من المفترض ان يرتدي السائحون ملابس محتشمة في بعض الاماكن مثل الاماكن الدينية كالمساجد وهنا يجب ان يبرز دور منظمي الرحلات في توعية السائحين.
- **الاخلاقيات الاسلامية مثل عدم الحرية الجنسية** لا يجب ان يسمح بتسكين غير المتزوجين في نفس الغرفة، كما لا يسمح باستخدام اية صور نسائية اباحية في المطبوعات الدعائية مثلما تقوم به ماليزيا في بعض الولايات او المدن.

بخلاف ذلك فان العائلات من المحافظين سوف يكون لهم متطلبات خاصة بأطفالهم كقوائم طعام ومقاعد او اماكن ترفيهية للأطفال، واماكن لركن السيارات، وتخفيضات خاصة كعائلة او للأطفال.[1]

ومن هنا يجدر بمسئولي التسويق اعداد خطة تسويقية تقوم علي رسالة دعائية موجهة لعامة المسلمين و كذا السائحين المحافظين بما يرضي احتياجاتهم، ويعطي اختيارات واسعة حول اختيار بعض المسلمين لتسهيلات وخدمات ورحلات شاملة اخري.[2]

- تسهيل اجراءات الدخول بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول الاسلامية غير العربية خاصة فيما يتعلق باجراءات وتاشيرات الدخول ويقترح ان يتم ذلك بضوابط تحقق الاعتبارات الامنية حيث انه من الممكن ان يتم السماح للمجموعات السياحية فقط و بخطاب ضمان من الشركة بالدخول بتاشيرة من موانيء الوصول ، او السماح لهم بالدخول بتاشيرة مسبقة دونما موافقات امنية علي الا يتعدي عدد افراد المجموعة السياحية عددا كبيرا و ليكن (٢٠) .

1- Carol Southall, Family Tourism, http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Family+Tourism

وراجع ايضا :

Holiday Decision Making: The Family Perspective http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Holiday+Decision+Making%3A+The+Family+Perspective , accessed: Apr, 2011.

2- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit

ب) توفير متطلبات السياحة الثقافية (تسويق التراث الاسلامي):

١- تنمية مناطق الاثار الاسلامية وادارة الزائر:

يستهدف تنمية مناطق الاثار الاسلامية جذب اهتمام السائح الاجنبي غير العربي الي مناطق الاثار الاسلامية من اجل تعريفهم بالتاريخ الاسلامي وتوضيح صورة الاسلام خاصة في ظل الصورة الاعلامية السلبية له من جهة ومن جهة اخري قلة المعلومات الصحيحة المتوفرة عن الاثار الاسلامية.

يتطلب ذلك قيام الهيئة العليا للسياحة بالتعاون مع منظمة الايسيسكو في اطار مشروع تنمية السياحة الثقافية بعمل مسح شامل لكافة مناطق الاثار الاسلامية ورسم خرائط شاملة لكافة مواقع التراث الاسلامي الهامة مع الاشارة الي تلك المدرجة في مواقع التراث العالمي في الدول الثلاث، مع تحديد المواقع التي تحتاج الي عمليات تطوير وادارة خدماتها لذا يقترح الاهتمام بالعناصر التالية:

١- الاهتمام باستمرار بعمليات الصيانة والترميم

٢- الاهتمام بنظافة هذه الاماكن من خلال توكيل هذه المهمة لشركات متخصصة من القطاع الخاص.

٣- الاهتمام بوجود اماكن للزائرين داخل هذه المناطق كالاستراحات والمطاعم والكافيتريات ودورات المياه الصحية والاتصالات .

٤- تفسير التراث interpretation وعرضه داخل المواقع الاثرية من شاشات عرض كبيرة، وخدمات المرشد الاليكتروني.

٥- المساهمة في تفعيل خطة العمل الصادرة عن منظمة الايسيسكو عام ٢٠٠٩ والتي تسير نحو تنفيذ استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي.[١]

١- المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الايسيسكو)، استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي:
http://www.isesco.org.ma/arabe/strategy/documents/Strat%C3%A9gieTourisme%20Arb-%204.1.pdf, accessed: May 2011.

و من ناحية اخري .. اشترطت UNWTO عددا مـــن القواعـــد عند زيارة الاماكن المقدسة الاسلامية كالمساجد او الاضـــرحة اهمهـــا(*) **الشفافية** في توحيد قواعد الزيارة سواء لمعتقدي الديانة ام غيرهم ســـواء بالنسبة لساعات الزيارة او طريقة اللبس.

وفيما يتعلق بإدارة الزائر فانه استنادا للقواعد الاساســـية للتعـــاون ومن اجل السعي نحو تطبيق الرؤية الاخلاقية الجديدة للسياحة الثقافية التي تم الاشارة اليها سلفا؛ فان الامر يتطلب محاولة خلق الوعي لدي الســـائح بالأثار المحتملة لزيارته، بحيث يصبح الســـائح مســـئولا responsible وحساسا للثقافة culturally sensitive traveler يمارس انشطة ايجابيـــة نحو المقصد دونما استغلال مما يقلل حدة التوترفي العلاقـــة بـــين الســـائح والمضيف، وبعبارة اخري يصبح السائح قادرا علي التعامل بـــاحترام مـــع المقصد وسكانه المحليين ولا يمكن ان ياتي الاحترام دون فهـــم لعناصـــر الثقافة خاصة لتعاليم الدين، مما يخلق التسامح تجاه المقصد بـــل والعـــالم اجمع.(١)

ويتم ذلك من خلال مشاركة جميع اطراف الصناعة (الحكومة – الصناعة ممثلة في منظمي الرحلات – المجتمع المحلي) فـــي مراحـــل الرحلة المختلفة:

أ- **قبل الزيارة** pre-trip

- **دور منظمي الرحلات في بلد السائح**: ويتركز هذا الـــدور فـــي دور التوعية وتعليم السائح السلوك المسئول ثقافيا واخلاقيا بما يسهم فـــي تحقيق الاستدامة الثقافية عبر المنشورات الدعائية brochures للدولة من خلال استخدام بعض الكلمات: القـــيم، الاخلاقيـــات، التســـامح، الاحترام، التقاليد الاجتماعية والثقافية، المسئولية، الاستدامة، الـــتعلم

* راجع الكود الاخلاقي للسياحة الذي اصدرته المنظمة، مرجع سابق.

1-Gray, L.P., et..al, "Do US tour operators' brochures educate the tourist on culturally responsible behaviours? A case study for Kenya ", ***Journal of Vacation Marketing***, July 2005 vol. 11 no. 3, p.272.

والتعليم، حياة السكان المحليين، وما يعرف باسم افعل ولا تفعل Dos & Donts وشرح الاسباب وراء ذلك بما يسهم في اعطاء السائح المسئولية الاجتماعية[1]، وقد اشارت دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 الي ضرورة تبني سياسة توفيقية داخل الشركات السياحية لعمل رحلات مسئولة وتعليم السائحين السلوك المسئول بإصدار نصائح لهم في هذا الشأن بحيث يمكن ارفاقها مع تذكرة السفر.[*]

- **دور الحكومة** : يتضح هنا في الوظيفة التخطيطية الممثلة في تحديد الطاقة الاستيعابية للاماكن الاثرية المختلفة ، و التي يساعد تحديدها في استدامة المواقع الاثرية من خلال تحديد مستوي الاستخدام المقبول الذي يمكن للموقع الاثري ان يتحمله قبل ظهور اية اثار سلبية للتدفق المتزايد من السائحين و يشمل مفهوم الطاقة الاستيعابية ابعادا متعددة نفسية و اجتماعية و ثقافية واقتصادية بحيث لا يتم السماح للنشاط السياحي بان يلحق الضرر بالمجتمع المحلي او يعارض اهدافه ومصالحه ويمكن ادارة الطاقة الاستيعابية من خلال سياسات التسعير او من خلال التعرف علي الطاقة المحددة للمواقع الاثرية المختلفة[2].

1- ibid, p. 277.

* اصدرت مؤسسة Voluntary Service Overseas (VSO ما يعرف باسم VSO World Wise advice بها عدد من النصائح الموجهة لاطراف النشاط السياحي منها منظمو الرحلات، ووكالات السفر، والفنادق، لمزيد من المعلومات راجع:

Goodwin , H. & Francis, J., Op.Cit , p. 276. 3

٢- مصطفي احمد السيد احمد مكاوي، تقييم علاقة الطاقة الاستيعابية بإرساء مبادىء التواصل للتنمية السياحية (دراسة مقارنة :الغردقة – مرسي علم)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق ، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٣، ص ص ٥٢ ، ٤٥ ، ٧١ وما بعدها.

ب- **اثناء الزيارة** on site:

١- <u>**دور المرشد السياحي**</u>(*) والذي ينتج عنه تسهيل رحلة السائح وزيادة متعة التجربة.[1]

٢- توفير مقالات داخل مجلات الطائرات airlines magazines

٣- تأكيد اصالة مواقع التراث الديني من خلال توفير مراكز معلومات للسائح حال وصوله حول قواعد زيارة هذه الاماكن بما يمنح التجربة السياحية معني وهدفا.

اما بالنسبة لتسويقها فقد وضعت UNWTO قاعدة اساسية للعمل وهي تقديم عرض مغر لزيارة الاثار الاسلامية وفقا لعدد من القواعد الاخلاقية داخل الاستراتيجية التسويقية للمنتج السياحي المتكامل للمقصد الاعظم .

ويقترح ان يكون ذلك تحت شعار " تعال لتري الاسلام الحقيقي المتحضر هنا "come to see the real civilized Islam here ".

لذا فان الرؤية المقترحة هي ان يشعر بثراء بالتجربة السياحية ولكن دون التعامل بشكل كامل مع المحظورات الاسلامية فمثلا بالنسبة لإشكالية الكحوليات: سوف يتم التعامل مع هذا الامر بشيء من المرونة حيث يقترح مثلا ان يسمح للسائح بإحضار عدد مقنن من زجاجات الخمر بالإضافة الي تقنين موعد ومكان تناولها. علي ان يسمح للسائح في بعض شركات الفنادق بتناولها او شرائها من خارج الفندق – هذا في حال رغبته.

٢- **استخدام عناصر الجذب الثقافية الملموسة كمزيج ثقافي متكامل في البرنامج السياحي الثقافي:**

- **الاطعمة التراثية:**

وترجع اهمية هذا الطرح للأسباب التالية:

- تعتبر استخدام الاطعمة التراثية احد الاستراتيجيات التنافسية لتسويق المقاصد لما لها من قدرة علي ابراز هوية التكتل كمقصد

---

* راجع الفصل الرابع.

1- ibid, op.cit, p.278.

اعظم strengthening a region's identity ويسمح باستدامة التـــراث الثقـــافي علي المدي البعيد sustaining cultural heritage [١]و كذا ابراز تميزه واختلافه مما يمنحه ميزة تنافسية مستدامة sustainable competitive advantage[٢] ، كما انها من اهم العوامل التي تحقق اصالة تجربة السائح[٣] خاصة اذا ما اتسمت بالتنوع ولا شك ان ثراء المطـــبخ المصـــري والمطـــبخ التونسي والمغربي له من القدرة علي تحقيق ذلك.

اذ يتميز المطبخ التونسي بتنوعه فهو نتيجة تـــالف بـــين فنون الطبخ العربي والاندلسي والبربري ، ومن اشهر المأكولات التونسية البريك، والكسكس وتقوم اغلب المطاعم هنـــاك بتقـــديم الاطباق في جو من الهدوء والموسيقي والديكور التونسي والـــذي يمنح الاصالة وفي النهاية يتم القيام بتقليد رش ماء الورد علـــي الايدي من اجل العودة مرة اخري.[٤]

كما ان المطبخ المغربي يتميز بتاثره بالمطبخ الأمازيغي الأصـــيل بالإضافة إلى المطابخ العربية الأندلسية والسمة المميزة هي الطبخ بالفواكه مع اللحوم مثل السفرجل مع لحم الحمل أو المشمش مع الـــدجاج. ومـــن أشهر الأطباق المغربية هي الكسكس، البسطيلة، المروزيـــة، الطـــاجين، الطنجية، الزعلوك والحريرة .ورغم أن الأخيرة هي الشوربة، فانها تعتبر وجبة كاملة ويُقدم عادة مع التمر خلال شهر رمضان.[٥]

1- Everett, S. & Aitchison, C., "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional identity: A Case Study of Cornwaii", South West England, ***Journal of sustainable Tourism***, Vol. 16, No, 2 , 2008, p.150

2- du Rand, G.E.," Towards a Framework for Food Tourism asan Element of Destination Marketing", http://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/5320/1/DuRand_Towards%282006%29.pdf, accessed: Nov, 2008.

3- Cohen, E. & Avieli, N., "food in tourism attraction and impediment", ***Annals of Tourism Research*** ،Vol. 31, No. 4, 2004, pp. 774.

٤- وزارة السياحة التونسية، مرجع سابق.

5- wikipedia

اما المطبخ المصري يشتهر بمذاقه المصري الخاص مع وجود بعض التأثيرات الغنية التي تثريه، خاصة التأثيرات التركية والتأثيرات الشامية في الحلويات. العديد من الأطعمة المصرية ما زالت موجوده منذ مئات بل آلاف السنين عند المصريين مثل الملوخية التي تعتبر من الأكلات المصرية القديمة، وانتقلت إلى البلدان العربية تباعا، كذلك يوجد الكشري أيضا ، وكذا المشروبات التي ترتبط في اذهان المصريين بالمناسبات الدينية مثل:العرقسوس الخروب والتمر هندي والسوبيا والعناب وعصير القصب وهو ملك العصائر في مصر.[١]

- ان لها قوة تحقيق رضا السائح عن تجربته واكسابها التفرد، واعادته للمقصد مرة اخري، مما يعطي السائح المحتمل انطباعا ايجابيا حول المقصد[٢] خاصة اذا ما احسن تقديم الاطعمة التراثية بطريقة مميزة تجذب السائح.
- انها تسهم في زيادة انفاق السائح خاصة ان السائح لديه استعداد لزيادة الانفاق علي جوانب الثقافة المحلية عموما وعلي بند الاطعام علي وجه الخصوص من الانفاق علي الرحلة السياحية، كما انها تسهم في مد الموسم السياحيextending the season اذا ما تم تقديمها من خلال بعض الاحداث او المهرجانات، ومن المقترح ان يتم ذلك عبر مجالات محددة وهي:

١- زيارة مطاعم معينة او اماكن محلية معينة تشتهر بانتاج الاطعمة لتناولها

٢- زيارة اماكن انتاج الاطعمة في شكل رحلات عبر دول التكتل food routes وذلك بالارتباط مع الزيارات للمواقع التاريخية المختلفة.

٣- اقامة مهرجان بموعد محدد سنويا للاطعمة التراثية باسم مقترح مثل Arab flavors او food stories والترويج له عبر الاعلام سواء التليفزيون او الانترنت ويمكن ان يتم ذلك من

1- Ibid.

2- Kivela, J. & Crotts, J.C, " tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination", ***Journal of Hospitality & Tourism Research*** ،Vol. 30, No. 3, August 2006, P. 372.

خلال التعاون بين الهيئة العليا للسياحة وبين قناة فتافيت" القناة الاولي والوحيدة لفن الطعام في الشرق الاوسط"(*)، مع القيام باشراك القطاع الخاص الممثل في اهم المطاعم المقرر مشاركتها وذلك عبر الموقع الاليكتروني المقترح تدشينه سلفا بما يسهم في ابراز القيمة الثقافية لدول التكتل، ومن ثم تكوين الصورة الذهنية لثقافة المقصد او المنطقة لدي السائح.

ـ المنتجات الحرفية التذكارية:

تبدو وجاهة هذا الطرح في الاسباب التالية:

- ان المنتجات الحرفية التذكارية تعد احد بنود الانفاق السياحي كما انها تعد احد عناصر الجذب الثقافية التي تسهم ولا شك في تعميق اصالة الصورة السياحية، وتضيف لاصالة تجربة السائح.(١)
- ان البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي بين تونس ومصر (٢٠٠٥-٢٠٠٧) ينص في مادته الاولي علي ضرورة اقامة الاسابيع السياحية للتعرف علي الصناعات التقليدية في البلدين.
- الثراء الذي تتمتع به المنتجات الحرفية في دول التكتل المختارة والنابع من ثراء التاريخ والفنون المرتبطة بكل مرحلة تاريخية في تلك الدول فهناك الزرابي القيروانية، والمرقوم القفصي، وقفص سيدي بوسعيد الشهير، بخلاف

---

* موقع قناة فتافيت علي شبكة الانترنت :

http://fatafeat.com/

وجدير بالذكر ان هناك مهرجانا للأطعمة التراثية بدأت اقامته في الاسكندرية منذ عام ٢٠١٠ و امتد حتي عام ٢٠١١ وذلك في اطار اسبوع للتراث السكندري يقيمه مركز الدراسات السكندرية بالتعاون مع عدد من المؤسسات الثقافية في الاسكندرية كمكتبة الاسكندرية ومركز ابداع الاسكندرية و متحف الاسكندرية القومي و الذي قام باستضافة المادبة التي قام علي تنفيذها طلبة المعهد العالي للسياحة والفنادق بالسيوف و كان اقبال السائحين الاجانب علي هذه الاطعمة كبيرا و قد تم الحصول علي هذه المعلومات من واقع عمل الباحثة بمتحف الاسكندرية القومي.

١- نهي ابراهيم خليل، **الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية**، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٩، ص ص ١٢٦ ، ١٣٣.

الاحذية التونسية التقليدية(*)، وتعتبر الصناعة التقليدية في المغرب واشهرها الخزف الذي يزاوج بين جمالية هندسة الفن الإسلامي والزخارف المستوحاة من النباتات.(١) اما بالنسبة لمصر فهي تشتهر بالمنتجات الخشبية خاصة المشربيات وتلك المطعمة بالصدف والمينا، كما تشتهر بمنتجات الالبستر والاحجار الكريمة.

ومن المقترح في اطار البرنامج السياحي ان تتم زيارة لاحد مناطق الصناعات التقليدية في دول التكتل في اطار المزيج الثقافي المتكامل للرحلة (خاصة رحلات التراث الاسلامي).

كذلك فانه من الممكن تنظيم رحلات سياحية متخصصة لأشهر اماكن تصنيع وبيع هذه المنتجات في شكل اسبوع سياحي لأصحاب الاهتمامات الخاصة بالثقافة والتعلم.(٢)

كما يقترح اقامة مهرجان للحرف ثلاث مرات سنويا لعرض المنتجات الحرفية للدول الثلاثة كل علي حدة علي ان يتم ذلك في مواسم الكساد السياحي من اجل تنشيط الحركة السياحية الوافدة، وان تقام برامج Hands – on لتعليم حرفة معينة تشتهر بها الدولة او تعليم منتج بعينه كل سنة، علي ان يتم الترويج لهذه الانشطة عبر القناة الفضائية المزمع انشاؤها وكذلك صفحات الانترنت التي سبق الحديث عنها.

---

* تم التعرف علي هذه المنتجات من خلال الرجوع الي :

وزارة السياحة التونسية، مرجع سابق .

www.wikipedia.org, accessed: May, 2011.

1- Ibid.

2- Buhalis, D., " The Tourism phenomenon: the new tourist and consumer", in Wahab, S. & Cooper, C.P., (eds.), ***Tourism in the Age of Globalization***, (London, Routledge), 2001, pp. 78-80.

ثانياً: بالنسبة للسياحة البينية:

١. الغاء شرط حصول مواطني المغرب وتونس علـــي تأشـــيرات دخول مسبقة ومعاملتهم اسوة بمواطني دول مجلـــس التعـــاون الخليجي(*) التي لا تتطلب دخول مواطنيهـــا مصـــر تأشـــيرة دخول.(١)

٢. توفير وحدات الاقامة المفضلة للسائح العربي الوافد الي دول التكتل وهي غالبا ما تكون الشقق الفندقية، والعمل علي توفير اماكن اقامة للسائحين الوافدين من دول التكتل بما يناسب دخولهم.

ثالثاً: ادارة الصورة السياحية لدول التكتل كمقصد واحد ويقترح ان يتم اسناد هذه المهمة الي مؤسسة تسويقية متخصصة بالتعاون مع الهيئة العليا للسياحة، وقد اشارت دراسة Park, H.Y., 2011 الي ان التاريخ والتراث المشترك للمقاصد من اهم العوامل التي تساعد علي اعادة بناء صورة لها كمقصد واحد as One Nation لذا فانه من المقترح ان يكون نقطة الانطلاق لإدارة الصورة السياحية لدول التكتل كمقصد اعظم واحد هو التاريخ المشترك او ما يعرف باسم ذاكرة الامة المشتركةshared memory خاصة وان هذا التراث اللامادي intangible heritage هو الاكثر تأثيراً في ادراك السائح للمقصد ويؤدي الي اثراء الفهم والتقدير لثقافة المقصد مما يسهم في الحفاظ علي الهوية اذ ان ليس لها قوة تأثير الربط بين المقاصد فحسب وانما ايضا لها امكانية الاستمرار عبر الاجيال.(٢)

---

* تشمل دول مجلس التعاون الخليجي : الإمارات والبحـــرين والســـعودية وســـلطنة عمان وقطر والكويت

١- ورد ذلك كتوصية لتقرير صناعة السياحة الصادر عن الاتحاد المصري للغـــرف السياحية ٢٠٠١.

2- Park, H.Y., "Shared National Memory as Intangible Heritage: Re-imagining Two Koreas as One Nation ", ***Annals of Tourism Research*** ،Vol. 38, No. 2, 2011, pp. 520 -539

وسوف تسير خطوات ادارة الصورة السياحية[1] كما يلي:

أ- **تقييم الصورة السياحية الحالية وتحسينها** ان منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية يدركها السائحون كمنطقة اخطار نظرا لما تتسم به من عدم الاستقرار السياسي وما يمر بها من حوادث ارهابية مما ينعكس علي الصوة السياحية لدول المنطقة ككل.[*]

وعلي ذلك فان الخطوة الاولي تتضمن الاقرار اولا بالصورة السلبية للدول العربية الاسلامية بصورة عامة وذلك من اجل محاولة تغييرها استهدافا لاقناع السائح بان هذه المقاصد هي الاختيار الملائم وفقا لدوافعهم المختلفة ويتم ذلك من خلال وسائل محددة لتحسين الصورة السياحية للتكتل ويقترح ان يتضمن العنصرين التاليين:

١- **استخدام كتاب السياحة والسفر، ومنظمي الرحلات:** تم اختيارهذه الوسيلة نظرا لكونها فعالة التاثير علي الصورة السياحية لان هؤلاء الافراد يشكلون اطرافا محايدة ليس لها علاقة بالمقصد مما يكسبها مصداقية عالية حينما يقدم هؤلاء الكتاب صورة سياحية ايجابية عن دول التكتل، كذلك فان منظمي الرحلات لهم من القدرة علي تشجيع السائح المحتمل علي زيارة المقصد[2].

يتم ذلك من خلال القيام بدعوة هؤلاء الكتاب انفسهم او حتي بعض منظمي الرحلات الاهم للقيام برحلات تعريفية familiarization trip مدفوعة بالكامل داخل المقصد بما يكسبهم معرفة عملية وواقعية عن المقصد[3] ويدفعهم لكتابة مقالات تركز بصورة مباشرة علي التعريف بالمقصد.

٢- **استخدام الاعلان عن المقصد الاعظم** من خلال وسائل اعلامية محددة ويقترح ان تكون

١- داليا زكي، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

* راجع الفصل الثالث.

٢- نفس المرجع السابق ، ص ص ٥١، ٥٢ ، ٧٦، ٧٧.

٣- محمد عمر مؤمن، **التخطيط السياحي**، الاسكندرية : المكتب الجامعى الحديث، ٢٠٠٩، ص ١٤٣.

- **انشاء قناة فضائية سياحية:**

و يتم ذلك علي ان تبث بلغات مختلفة[*] وتكون ذات هدفين رئيسيين:

- **تصحيح الصورة الذهنية لدول التكتل:** من خلال بث برامج حوارية، ولقاءات حية لإبراز صورة الاسلام والعرب المسلمين الحقيقية في رفض التطرف والعنف ضد السائحين واظهار موقف الاسلام من السياحة وقبول الاخر مما يؤدي الي حشد الرأي العام العالمي وبالتالي تخفيف حدة ظاهرة الاسلاموفوبيا، علي ان يتم التعامل مع ذلك علي مستوي متعدد الابعاد اعتمادا علي تقسيم إدريس توفيق للمجتمعات فى الغرب[1] حسب نظرتهم للإسلام إلى أربعة مجموعات:

المجموعة الأولى: هم الذين يكرهون الإسلام بشكل واضح، وهى مجموعة صغيرة العدد.

المجموعة الثانية: هى مجموعة السياسيين الذين يربطون بين أى شئ سئ وبين الإسلام ويروجون لذلك.

المجموعة الثالثة: هى مجموعة الإعلاميين فى وسائل الإعلام المختلفة الذين يساعدون السياسيين فى الترويج لهذه الصورة السيئة للإسلام والمسلمين حتى يتم ترسيخها فى أذهان الناس.

المجموعة الرابعة: هى أكبر تلك المجموعات عددًا، وتضم هؤلاء الذين لا يعرفون شيئًا عن الإسلام.

وعليه فانه من المقترح ان يتم استهداف المجموعة الرابعة بصورة رئيسية من اجل تقديم صورة حقيقية للإسلام خاصة ان هذه المجموعة تتميز بانها القاعدة الاكبر، كما تتسم بعدم وجود فكرة سلبية

---

* كان هذا الاقتراح قد ورد في قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب الدورة العادية الثانية والأربعين يونيو ٢٠٠٩، لمزيد من المعلومات: جامعة الدول العربية، الأمانة العامة قطاع الإعلام والاتصال إدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب، قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب الدورة العادية الثانية والأربعين١٧ يونيو / حزيران ٢٠٠٩.

١- ادريس توفيق، مرجع سابق.

مسبقة؛ حيث يمثل تشكيل صورة جديدة عملية اكثر سهولة من تصحيح اخري سلبية.

اما الفئات الأخرى فانه من الصعب ان يتم السيطرة او توجيه موقفها لانهم من اصحاب المصالح المعادية لأي فكرة تخالف مصالحهم او توجهاتهم العقيدية او السياسية.

- **تقديم الصورة السياحية المحسنة لدول التكتل كمقصد اعظم للأسواق المستهدفة:**

بالتزامن مع تحسين الصورة يقترح ان تقوم القناة بالتركيز علي الاعلانات التجارية، وبث برامج سياحية تستعرض انماط السياحة المختلفة في دول التعاون **علي ان يتم الاستعانة فيها بالمتحدثين من المشاهير،** ويرجع ذلك الي ما يتمتع به المشاهير من درجة عالية من المصداقية نظرا لشهرتهم الواسعة وقدرتهم علي التأثير علي الافراد بالإضافة الي ما يتمتعون به من القبول ومحبة الناس، حيث يتم استخدامهم كرموز للمقصد.

وفي حالة التعامل مع السياحة البينية يفضل ان يكون اختيار الشخصيات قائما علي شخصيات عربية شهيرة (فنية او رياضية) ومقبولة و لها جاذبيتها وتمثل المنطقة ككل وليست رمزا لاحدي دول التعاون فقط مثل الفنان عادل امام.

اما بالنسبة للسياحة الدولية يحسن الاستعانة بشخصيات من ذوي الاصول العربية او ذات الصدي العالمي بما يجذب السائحين الدوليين لزيارة المقصد مثل بعض الفنانين او العلماء، مثل الفنان عمر الشريف، او الدكتور احمد زويل او بعض الرياضيين المميزين من امثال ابراهيم افلاي المغربي، عمرو شبانة المصري، او اسامة الملولي التونسي.(*)

ويقترح ان يتم ذلك من خلال برنامج سياحي اسبوعي او نصف شهري يتم من خلاله تخصيص فقرة موجهة للأسواق المستهدفة.

---

* تم الاستفسار عن هذه الاسماء من احدي مسئولي قناة دريم كورة الرياضية.

- **استخدام الشبكة العنكبوتية internet** يعتبر الانترنت احـد مصـادر المعلومات والتي تسهم في تشكيل الصورة السياحية ، ويقتـرح ان يـتم استخدام شبكة الانترنت باسلوبين:

- **إنشاء موقع رسمي للهيئة العليا للسياحة تمثـل المقصـد الاعظـم المقترح** يتم من خلاله عرض ملامح المقصـد والانمـاط السـياحية المقترحة، مع التركيز علي مواكبة المسـتجدات علـي دول التكتـل خاصة علي الساحة السياسية لما لها من تأثير علي الطلب السـياحي الدولي، وقد تم ذلك بالفعل عندما قامت مصر علي موقع هيئة التنشيط السياحي باستخدام احداث ثورة ٢٥ يناير في مصر[1] فـي التـرويج لمصر، وذلك من خلال التدليل علي تحضر الشعب المصري وعـدم استخدامه للعنف في ثورته السلمية وكانت الحملة تحت عنوان The Legend of Tahrir Square او "اسطورة التحرير" حيث تم عرض تاريخ ميدان التحرير، ومعالم الميدان المميزة كـالمتحف المصـري، وفندق Ritz Carlton (النيل هيلتـون سـابقا)، وفنـدق رمسـيس هيلتون (*) بالإضافة الي قصر الاميرة "نعمة الله" كمال الدين والذى يضم الان مبنى وزارة الخارجية (**) وقد تضمنت الحملة ايضا عددا

1- http://www.egypt.travel, accessed: Apr.,, 2011.

* وردت أنباء على مواقع التواصل الاجتماعى، مثل "تويتر والفيس بوك" عن ارتفاع أسعار الغرف المطلة على ميدان التحرير فى فندق هيلتون رمسيس بالتحرير بشكل أكبر من الغرف المطلة على النيل.يأتى ذلك بعد بدء عودة السياحة إلى مصر بعد الأحداث الأخيرة التى شهدتها مصر، حيث توافد العديـد مـن السـياح العـرب والأجانب ليشاهدوا ميدان التحرير الذى شهد معركة دامية طوال أيـام ثـورة ٢٥ يناير، وكان من المتعارف عليه قبل الثورة أن الغرف المطلة على النيل هى الأكثر تكلفة وسعراً ولكن أحداث الثورة جعلت من ميدان التحرير مزاراً سياحياً وبالتالى ارتفعت أسعار الغرف المطلة عليه (ورد ذلك في جريدة اليوم السابع الاليكترونية بتاريخ ٢٥ فبراير ٢٠١١)

** ينسب القصر الى صاحبته الاميرة " نعمة الله كمال الدين " وهو احـد انـدر المبانى القديمة القليلة الباقية فى هذه البقعة التاريخية من القاهرة ابنـة الخـديوى توفيق أبن اسماعيل باشا وزوجة ابن السلطان حسين كامل شقيق الملك فؤاد الأول والد أخر ملوك مصر الملك فاروق الأول. وقد بنى القصر على جزء مـن مكـان سراى الاسماعليه الصغرى بجوار كوبرى قصر النيل قامـت الأميـرة نعمـة الله بإهداء قصرها الى وزارة الخارجية المصرية سنة ١٩٣٠ ليكون مقراً رسمياً جديداً لها حيث انتقلت من مبناها القديم فى قصر البستان بشارع البستان بوسط القاهرة : wikipedia.org

من الاقوال المأثورة عن ثورة ٢٥ يناير والتي جاءت علي السنة اهم الشخصيات السياسية الاوروبية والامريكية.

عليه فانه من المقترح ان يتم استغلال ثورة تونس ايضا مع الثورة المصرية علي الموقع المزمع انشاؤه تحت عنوان "**زوروا بلادنا الحرة**".

كما يقترح ان يكون الموقع محتويا كافة مستجدات انشطة الهيئة العليا للسياحة، والعروض المميزة للزيارة ووسائل الاقامة علي ان يتم ربط هذا الموقع بمواقع وزارات السياحة وهيئات التنشيط في دول التعاون، وغيرها من المواقع ذات الصلة والاهمية.

- **التعامل مع المواقع التفاعلية الشهيرة وسائل الاعلام الاجتماعي social media** تسمح بمشاركة المعلومات والتعليق عليها واستمرارية التفاعل مع المقصد، ويقترح استخدام Facebook حيث يتم انشاء صفحة رسمية لدول التعاون كمقصد اعظم واحد حيث يتم عرض الانماط السياحية في دول التكتل وملامحه سواء التاريخ او الثقافة الشعبية والعادات الاجتماعية معززة بالصور ويتم الاستعانة ايضا بالفيديوهات youtube بما يسمح للسائح اما تكوين صورة كاملة وشبه واقعية عن المقصد قبل الزيارة، او تعديل هذه الصورة ايجابيا وذلك بشكل مستمر خاصة مع الاحداث المتلاحقة في الدول العربية الاسلامية علي الساحة السياسية مما ينعكس علي الصورة السياحية للمقصد.

ب) تحديد الاسواق المستهدفة واسس تقسيمها: ويتم ذلك استهدافا للتركيز علي احتياجات هذه الاسواق وسعيا الي اشباعها، واختيارالاسواق هو قرار اساسي يتخذ مسبقا ويتطلب التعرف علي حجم الاسواق المستهدفة، مع توقعات يتم تحديدها بما سوف يكون عليه سلوك هذه الاسواق في المستقبل ومعدلات نموها مثلا، بخلاف القوة الشرائية، ودرجة ربحيتها مما يعطي مؤشرا عن اشكال الاقامة والرحلات المناسبة والتسهيلات الملائمة لكل شريحة، ويتطلب ذلك بحوث سوقية متخصصة.

وهنا يمكن ان يتم التقسيم علي اسس متعددة[١] أولها:

١- داليا زكي، مرجع سابق، ص ص ٧٨ -٨٣

- **التقسيم الجغرافي**: حيث يقترح ان يتم التقسيم الي السوق الاقليمية، والسوق البعيدة خاصة ان المقيمين في منطقة معينة يشتركون في خصائص معينة، ويدركون الصورة السياحية بطريقة متماثلة لذا سيكون من الممكن توجيه رسائل اعلانية محددة تحمل صورة معينة لكل من السوق الاقليمية (السياحة البينية)، والسائحين الدوليين.
- **التقسيم الديموجرافي**: والذي يتم علي اساس متغيرات ديموغرافية، وهنا سوف تتم توجيه الرسالة الاعلانية علي اساس تقسيمهم وفق متغير : الدين (لنمطي السياحة البينية و الاسلامية) حيث يتم توجيه رسالة اعلانية للسائح المسلم او المحافظ، ، كما سوف يتم توجيه رسالة اعلانية للسائح الثقافي وفق متغير مستوي التعليم (سياحة التراث الاسلامي والسائح الثقافي، وتبدو وجاهة هذا التقسيم هنا في عنصرين:

أولاً: قدرة التكتل السياحي كمقصد اعظم علي ارضاء احتياجات السائحين المحافظين بصورة اكبر من المنافسين خاصة ماليزيا مع الاخذ في الاعتبار ان نسبة كبيرة من السائحين المستهدفين هم من السوق الاقليمية التي تتسم بعدم التقلب وقت الازمات.

ثانياً: رغبة التكتل في زيادة اعداد السائحين الدوليين الوافدين من غير المسلمين من خلال ابراز الهوية المميزة للمنطقة ككل بما يدعم اختيار السائحين الدوليين للمقصد وفقا لدوافعهم المختلفة وبصورة تدريجية حيث تتأكد الصورة الايجابية للمنطقة ككل عبر تسويق التراث الاسلامي.

جـ) اختيار علامة تجارية للصورة السياحية(*): تستطيع العلامة التجارية الناجحة ان تشكل ادراك السائح للمقصد اذ انها تمثل في مضمونها مصدرا لمعلومات ما قبل الرحلة وتبني توقعات السائح

* راجع :

Buncle, T., "Successful Rebranding. Part 1: Destinations, Sep 2009, (http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Successful%20Rebranding.%20Part%201:%20Destinations), Accessed: Apr., 2011.

داليا زكي، مرجع سابق، ص ص ٨٨-٩٤.

Murphy, L., Moscardo, G. & Benckendorff, P., "Using Brand Personality to differentiate Regional Tourism Destinatios", Journal of Travel research, Vol.46, Aug., 2007, p. 5, 6.

المحتمل عن المقصد بما يميزه عن المنافسين، وفي هذه الحالة سوف يتم اختيار علامة تجارية لدول التكتل الثلاث كمقصد واحد وفقا للأسواق المستهدفة من الانماط السياحية المقترحة، **تكون هذه العلامة اما اسم او رمز او شعار** وفي حالة المقصد الاعظم المختار فانه من المفضل ان يتم اختيار علامة تجارية مناسبة للمنطقة ككل ولدول التكتل بوجه خاص مراعيا مالها من تاريخ، وقيمة دينية، وصدي سياسي مميز عبر العصور وحتي الوقت الحالي بحيث تبني صورة ايجابية قوية تجد صداها في ذهن السائح وفقا لدوافعه وتوقعاته لذا فان العلامة التجارية(الشعار مثلا) لابد ان يجمع التاريخ والثقافة العربية مع المميزات الأخرى بما يسهمُ في توصيل رسالة ذات معني سهلة التذكر memorable تحمل مزايا وفوائد وقيمة معينة للأسواق المستهدفة والتي تم تحديدها سلفا.

وفقا للتقسيم الجغرافي: فالسائح الاقليمي يصلح له شعار مثل: **بيت العرب** اعتمادا علي ميزة القرب الجغرافي ووحدة الدين واللغة والعادات، اما السائح الوافد من المنطقة البعيدة فيمكن اختيار شعار يتضح فيه ميزة او عدة مزايا بارزة للمنطقة كالتاريخ الفريد والجو المعتدل الدافيء وهنا يصلح شعار: **استمتع بدفء الماضي**، أو **ارض التاريخ**.

اما وفقا للتقسيم الديموجرافي: هنا سوف يتم استخدام ميزة اختيار شعار للسائح المسلم او المحافظ علي غرار: **البيت بيتك**، او **الكل في واحد**، وفي اختيار شعار للأسرة المحافظة يمكن استخدام شعار الموقع الالكتروني الشهير **take the family** [1] او ما يمكن استخدامه علي هذا النسق مثل **"لك ولعائلتك"** بحيث تعد العلامة التجارية السائحين بمقصد يتوافق مع اسلوب حياتهم fits into their life style.

اما بالنسبة للسائح الثقافي والذي سوف يتم التركيز من خلال الاستراتيجية علي تسويق التراث الاسلامي له كميزة فريدة تتسم

١- لمزيد من المعلومات يمكن زيارة:
http://www.takethefamily.com, accessed: **Apr.,**, 2011.

بالتنوع والاختلاف، فانه من الممكن ان يتم استخدام شعار يحافظ علي الهوية ويوحي بتجربة فريدة ومثيرة وميزة جديدة للمنطقة لم تكتشف بعد مثل : **اعرف الاخر**، او **عش معهم** استهدافا لمعرفة الوجه الحقيقي للإسلام والتاريخ الاسلامي عبر زيارة المواقع التراثية، وهنا يجب ان تمثل العلامة التجارية تجربة سياحية محببة ومرغوبة desirable experience.

مع الحرص في هذا الاطار علي **عدم استخدام اية عبارات دينية اسلامية والاكتفاء بصور الاماكن الاثرية او المناطق الطبيعية المميزة لدول التكتل المختارة**، خاصة وان هناك نظرة سلبية للمقاصد السياحية التي تتسم صورتها بالتشدد او التعصب الديني مما قد يبعدها عن قائمة الاختيارات مثلما الحال بالنسبة لصورة ايران التي تعد من اقل المقاصد تفضيلا لدي السائحين لذات السبب.[1]

كذلك الحال بالنسبة لسياحة النساء حيث انه من اجل وضع الفكرة في مكانتها الذهنية الصحيحة correct positioning لدي السائحات خاصة الغربيات، فانه يجب ترويجها بعيدا عن الاطار الديني بحيث تكون رسالة اتصالية تعد كل النساء بما تنشده المرأة بصفة عامة اثناء السفر وهو الشعور**بالامن**، **والامان**، **وبالراحة**؛ لذا يقترح ان يتم تقديم المقصد للنساء اعتمادا علي ما لديه من ميزة فريدة وهي الحفاظ علي العادات والتقاليد، وعليه سوف يتم ذلك تحت شعارات مثل **"سافري وحدك وستشعرين بالراحة"، "لكل نساء العالم"**، واستخداما لميزة الحرية في الاستمتاع بالرحلة فانه من المقترح ترويج الفكرة في اطار" **نحو مزيد من الحرية**".

1- Morakabati , Y." Deterrents to Tourism Development in Iran, ***international journal of tourism research***, **13**, 2011, p.119.

رابعاً: إستخدام وسائل تسويقية جديدة للأنماط السياحية المقترحة للمقصد الاعظم:

كانت اشكال التعاون في مجال الانشطة التسويقية حتي الوقت الراهن بين مصر ودول التعاون المختارة تتم عن طريق الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في هذه الدول، وكانت تقتصر علي تقديم برامج سياحية او احتفالات او رحلات تعريفية تتضمن اقامة لمدة ليلة او اكثر كاستضافة لرجال الصحافة والاعلام من اجل تقديم صورة المقصد الايجابية لمواطني دولتهم كذلك كانت المعارض والقوافل السياحية تقوم بدور كبير في تنمية السياحة البينية، حيث يقام سنويا معرض سنوي بتونس في اواخر الشتاء غالبا في مايو حيث يتم من خلاله الاتفاق علي ارسال افواج سياحية من تونس لقضاء الصيف في **مصر**، كما اقيم معرض السياحة العربية في ٢٠١٠ بالمغرب برعاية احدي منظمات المعارض المصريات وتم دعوة كبري شركات السياحة المصرية للحضور كما عرضت هيئة التنشيط مطبوعاتها وانشطتها الدعائية في جناح مخصص.

وفي الفترة ١٤ – ١٦ مايو ٢٠٠٩ تم تنظيم سوق السياحة الدولية المتوسطية بتونس وتم اقامة ليلة مصرية بمشاركة احدي فرق الفنون الشعبية كما اقيم عام ٢٠١٠ نفس السوق في مايو ايضا الا انه نظرا لظروف عدم الاستقرار التي تواكب احداث الثورتين المصرية والتونسية، فقد تقرر وقف اي نشاطات دعائية او حملات او قوافل سياحية ومحاولة التركيز علي توجيه الانشطة نحو الدول العربية الاكثر استقرارا ومنها المملكة المغربية وخاصة مع عدم وجود تعاون كاف مع المغرب لسنوات طويلة.(١)

وفي شهر رمضان ٢٠١٠ اطلقت هيئة التنشيط السياحي المصرية حملة مصر روحها فى رمضان التي كان لتونس فيها مشاركة فعالة باقامة خيمة مصرية بتونس.

١- مقابلة شخصية مع كل من مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة و مدير ادارة السياحة العربية بالهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وذلك بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١.

رغم ذلك فانه من الملاحظ ان هذه الجهود فردية وموسمية وقد تقام عاما وتتوقف اخر علي اثر بعض العوامل الموقفية؛ لذا يجب الاعتماد علي سياسات تسويقية اخري علي ان تحمل رؤية استراتيجية بعيدة المدي تتسم بالاستمرارية وذلك بما يتوافق مع اهداف الاستراتيجية المقترحة، وعليه يمكن استخدام الوسائل التالية:

أ- **<u>استخدام الدراما سواء التليفزيونية او السينمائية في الحملات الترويجية للسياحة البينية والدولية</u>(*):**

وتبرز اهمية هذه الوسيلة من خلال قدرتها على تمكين السائح من إدراك الإمكانيات السياحية المتوفرة فى المقصد، بخلاف ما تتمتع به من قدرة على إثارة العاطفة والانفعال وزيادة فهم السائح لواقع المقصد وقد اثبتت الدراسات ان مشاهدة المقصد فى الدراما المعروضة فى التليفزيون تؤثر على اختيار السائحين له، **وتوليد الرغبة في الزيارة او زيادتها.**
<u>بالنسبة للسياحة البينية</u> سوف يتوقف نجاح هذه الوسيلة علي قدرة فريق عمل الدراما علي ابراز نقاط التقارب الاجتماعي والثقافي بخلاف المميزات الطبيعية الأخرى لدول التكتل المختارة، وتتأكد نجاح الاستفادة بهذا الاقتراح خاصة مع قيام الدراما المصرية في السنوات الاخيرة بالتعاون مع الدراما العربية بالاستعانة بمخرجين ونجوم عرب، وكذلك القيام بالتصوير في مواقع مختلفة داخل دول المنطقة.

ويقترح ان يتم تسويق هذه الاعمال على جميع المحطات الفضائية العربية.

<u>اما بالنسبة للسياحة الدولية</u> فانه من الممكن وفقا لدراسة 2009 , Shani, A ان تسهم في تغيير الصورة السياحية لمقصد معين ويراعي

---

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية:

Hudson, S., Wang, Y & Gil, S.M.," The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: a Cross-Cultural Comparison", ***international journal of tourism research***, 2011, PP. 187-188.

داليا زكي، " اثر الدراما علي التدفق السياحي : دروس مستفادة"، ***مجلة كلية السياحة والفنادق – جامعة الفيوم***، العدد (٤)، الاصدار رقم (١)، ٢٠٠٩.

في ذلك التدقيق في زيادة وعي السائح بعناصر الجذب السياحي، بخلاف اظهار الحياة اليومية في دول التكتل بصورة تظهر وجه الاسلام الحقيقي بما يزيد الفة السائح المسلم او المحافظ مع المقصد بما يسهم في ترغيبه زيارته.

وبصورة عامة سوف يتم ذلك بالتعاون بين الهيئة العليا للسياحة بدول التكتل، وبين صناع الدراما بتخطيط مسبق وذلك من اجل اظهار مقومات الجذب السياحى بطريقة تشجع السائحين على زيارة دول التكتل **(بالنسبة للسياحة الدولية)**، بالإضافة الي التدقيق في اظهار تقارب العادات والتقاليد بين دول المنطقة ككل **(بالنسبة للسياحة البينية)**.

وقد استطاعت مدينة ورزازات بالمغرب ان تدرك الاهمية القصوي للدراما ودورها في التنمية السياحية.

وفي هذا الاطار يقترح ان يتم عمل جولات خاصة داخل استوديوهات ورزازات بالتكامل مع استديوهات مدينة الانتاج الاعلامي في مصر.

ب-**استخدام الانترنت في الحملات الترويجية لانماط السياحة مجال التعاون (السياحة الثقافية والسياحة البينية والاسلامية):**

وفقا لدراسة Pan,B., MacLaurin, T. & Crotts, J., 2007 فان التطورات التي لحقت بالانترنت ادت الي تغيير طبيعة الاتصال عبر الكلمة المنطوقة online word – of – Mouth، واثرها علي سلوك السائح حيث تمثل كلمات المدونين bloggers علي مواقع التواصل الاجتماعي مثل facebook & twitter خاصة من الاقارب والاصدقاء وسيلة فعالة لتعريف السائح بخصائص المقصد لأنها لن تكون من فرد واحد وانما تعزز بأكثر من راي higher levels of word of mouth will influence word of mouth volume[1].

1- Pan, B., MacLaurin, T. & C. Crotts, J., "Travel blogs and implications for destination marketing", ***Journal of Travel Research***, Vol. 46, August 2007, PP. 36, 43, 44.

كما تتميز هذه الوسيلة بانها تستطيع تغطية كل مرحلة من مراحل الرحلة ابتداء من التخطيط والرحيل والانتقال اذ يمكن للمدونين اعطـــاء صورة كاملة حول الرحلة في ذات اللحظة a real – time customer feedback ويضمن ذلك فعلا دقة وموضوعية ومصداقية الوصف لنقاط قوة وضعف المقصد ومدي سهولة ومتعة الرحلة بمراحلها المختلفـــة او صعوبتها.

ومن المقترح تخصيص موقع اليكتروني رسمي، وصفحة علـــي Face book لدول التكتل كمقصد اعظم يتم من خلالها عرض عناصـــر الجذب السياحي المختلفة علي ان يراعي ما يلي:

- **بالنسبة للسياحة الثقافية:** ضرورة عرض عناصر الجـــذب الثقافيـــة والجوانب التراثية والاحتفالات والمهرجانات مع التركيز علي ابـــراز التسامح الديني وتعدد الديانات المتعايشة معا في سلام كما يمكن وضع بعض النصائح للسائح ليعيش تجربة مميزة تحت عنوان travel tips تتضمن نصائح لارتداء ملابس معينة في الاماكن الثقافيـــة وامـــاكن العبادة بخلاف شكل العلاقات مع النساء المسلمات او العلاقـــة بـــين السائحين من الجنسين خلال الرحلة، ويسمح Face book علي وجه التحديد بالتفاعل مع مديري الموقع حول اي استفسار لتسهيل الرحلـــة وجعلها اكثر امتاعا وانما تسمح ايضا بابداء الزائرين لارائهـــم مـــن خلال تدوينه مما يعطي صورة عن طبيعة التجربة السياحية بوضوح بخلاف ابراز نقاط القوة والضعف في المقصـــد وكـــذلك مقترحـــات التطوير، ومن خلال التغذية الراجعة feed back يمكـــن للمســـوقين تطوير جودة الخدمات السياحية بما لا ينعكس فقط علي تجربة السائح وانما تمثل في ذاتها اداة لتطوير الاداء التنافسي للمقصد[1]، وفي حال التخطيط لزيارة اول مرة للسائح فمن المتوقع ان تكون اراء الزائرين الفعليين التي تم تدوينها صورة كاملة عن المقصد وخصائصه بعمق.

1-ibid..

- **بالنسبة للسياحة البينية والسياحة الاسلامية:** فان التركيز هنا سوف يكون علي ابراز الجوانب التي تهم وتستهدف جذب السائح المسلم خاصة غير العربي مثل وضع مواقيت الصلاة، الاطعمة الحلال، ابراز تواجد المساجد(1)، مع القيام بحملات دعائية موسمية خاصة في بعض المناسبات الاسلامية مثل شهر رمضان، عيد الفطر، عيد الأضحى، المولد النبوي الشريف.(*) وابراز وسائل الترفيه الملائمة.

ويقترح اعداد خريطة سياحية لدول التكتل علي ان يتم ادراجها علي الموقع الاليكتروني للمقصد وان يوضع فيها كافة الاماكن السياحية الهامة، وطرق الوصول من شبكات حديدية، او نقل بري او بحري او جوي، بالإضافة الي اعداد نماذج للرحلات المقدمة لزيارة دول التكتل وادراجها علي الموقع الاليكتروني وعلي صفحة Face book وتنويع هذه النماذج في اطار البرامج المقترحة في اطار الاستراتيجية علي ان تعزز بالأسعار وتقديم العروض الخاصة في مواسم الركود، وللعائلات، ومحبي التراث.

خامسا: استخدام حملات تنشيطية مميزة في المواسم الدينية الاسلامية سواء للسياحة البينية او الدولية استهدافا للتعريف بالاسلام ومن ناحية اخري اجتذاب الشرائح السوقية المستهدفة من الاستراتيجية جميعا : وتعتبر حملة مصر روحها ف رمضان(2) خير مثال علي ذلك حيث تم من خلالها اتباع الخطوات التالية:

أ- اصدار المطبوعات الخاصة بالحملة باللغة الانجليزية خلاف اللغة العربية، استهدافا للمسلمين غير العرب او لاي سائح يهتم

1- Hashim, N.H, Murphy, J. & Hashim, N.M op.cit.

* قامت مصر خلال عام ٢٠١٠ بعمل حملة دعائية خاصة في شهر رمضان بعنوان " مصر روحها ف رمضان "Egypt's Spirit in Ramadan واقامت مهرجان فوانيس ٢٠١٠ وسوف يتم تحليل الحملة بالكامل لاحقا.

2- http://www.egypt.travel, accessed: May, 2011.

وقد اشارت السيدة مدير ادارة السياحة العربية بالهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة الي استمرار هذه الحملة رمضان ٢٠١١ من اجل تنشيط السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية.

بمعلومات حول الاسلام او يرغب في قضاء تجربة مميزة تختلف عن روتينه اليومي واسلوب حياته "تجربة الواقع بتفاصيلها".

ب-تضمين المطبوعة معلومات عن شهر رمضان ووصف دقيق للملامح العامة لهذا الشهر وسبب الصيام فيه وما هو الافطار والسحور ومواعيدهم بخلاف ملامح حياة المصريين عموما في هذا الشهر، - وليس المسلمين فقط - مثل تقاليد الفانوس والخيامية الرمضانية، ومدفع الافطار والسحور، وبعض الاطعمة والحلوي المرتبطة بالشهر وكلها تقاليد جذابة غير مرتبطة بالدين في حد ذاته.

ج- الاشارة الي بعض الاماكن التي تقدم روح شهر رمضان للسائحين سواء اكانت فنادق او مطاعم او مناطق شعبية ذات خصوصية كخان الخليلي والازهر الشريف، ومقهي الفيشاوي مما يؤدي الي زيادة ايرادات هذه المناطق.

د- وضع عدد من الاثار الاسلامية تحت الضوء كالبيوت الاثرية القديمة كبيت زينب خاتون، وقصر الامير طاز مما يشجع السائح علي زيارة هذه الاماكن.

هـ- إقامة مهرجان "فوانيس ٢٠١٠" الذي يتضمن جميع ملامح الحملة السابق ذكرها بالإضافة الي العروض الموسيقية والفلكلورية.

و- الترويج لشركة الطيران الوطنية الناقل الرسمي للمهرجان عبر عروض يتم تقديمها هذا الشهر.

ز- مد الحملة لتشمل ايام العيد واماكن وكيفية قضائها.

ح- عدم اقتصار انشطة المهرجان علي القاهرة وانما تمتد الي محافظة الاسكندرية، كذلك امتدت لتشمل اياما احتفالية في عدد من الدول الاسلامية، وهي تونس والكويت واستانبول بتركيا وتم اطلاق كلمة الفانوس علي الاحتفال.

ط- وجود جميع الاحتفاليات التي تمثل انشطة علي هامش انشطة المهرجان مثل العروض العربية الاسلامية Arabic & Islamic

nights بدار الاوبرا من بعض الدول الاسلامية وليست العربية فقط مثل كازاخستان واندونيسيا وتشمل اغاني صوفية وذكرو غيرها.

بناء علي ما تم ممارسته من انشطة داخل المهرجان **فانه من المقترح** ان يتم التعاون بشكل اكبر في هذا الشهر بين مصر وتونس والمغرب لإقامة مثل هذا المهرجان بين الدول الثلاثة وفقا للقواعد والخطوات السابق ذكرها، وان يتم تحت عنوان **" عش رمضان في شمال افريقية".**

سادسا: استغلال عواصم الثقافة الاسلامية والسياحة العربية: ويمكن استغلالها في تقديم رحلات متخصصة شهرية وان تتعاون باقي دول التكتل من اجل تقديم ثقافة العاصمة المختارة وإبراز القيمة الحضارية للمدينة تعميقاً للحوار الثقافي والانفتاح على ثقافات وحضارات الشعوب وتعزيز القيم، التفاهم والتآخي، التسامح واحترام الخصوصية الثقافية.بحيث يتم اقامة مهرجان شهري طوال العام بالتعاون مع منظمة المدن العربية(*)، والايسيسكو (في حال العواصم الاسلامية) وجامعة الدول العربية (في حال العاصمة العربية) مع قيام الهيئة العليا للسياحة بدعوة القطاع الخاص بالمشاركة في الحدث لتقديم المزيج الثقافي السابق ذكره خلال شهور الاحتفالية.

سابعا: اختيار استراتيجية تسعير ملائمة:(**)

بالنسبة للأنماط السياحية المقترحة للسياحة الدولية كامكانيات للتعاون فانه من المقترح استخدام استراتيجية التركيز حيث تستخدم للأنماط السياحية التي تمثل منتجا فريدا ومتميزا في السوق السياحية

---

* الموقع الرسمي لمنظمة المدن العربية :

http://www.ato.net/, accessed :May, 2011.

** لمزيد من المعلومات راجع :

هايدى محمود على صالح " تسويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحى حديث" رسالة دكتوراه غير منشورة – كلية السياحة والفنادق – جامعة حلوان – ٢٠٠٥، ص ٢٦٥-٢٦٩.

الدولية وهي ترتبط باسعار سياحية مرتفعة نسبيا لان النمطين السابق الاشارة لهما يتسمان بتقديم تجربة سياحية مميزة سواء قامـت علـي تميز التراث المقدم او حتي علي اساس تقديم خدمة مميـزة للسـائح المحافظ.

اما بالنسبة للسياحة البينية فانه من المقترح بصورة عامة تخفيض الاسعار للسائحين العرب وهو مطلب اساسي في مصـرعلي وجـه التحديد و يشمل ذلك معاملة السائح العربي اسوة بالمواطن سواء فـي مؤسسات الاقامة او المزارات السياحية.

وبناء علي ما تم طرحه من رؤية يحسن في الجزء التالي رصـد الاثار المتوقعة من هذه الرؤية المقترحة للتعاون السياحي بين الـدول المختارة.

رابعــاً: الاثــار المتوقعــة للتعــاون

رابعاً: الاثار المتوقعة للتعاون

أولاً: اثار سياحية:

١- **زيادة حجم الحركة السياحية الوافدة إلى الدول المختارة:**

من المتوقع ان ينجم عن تكوين التكتل السياحي زيادة الحركة السياحية الوافدة نتيجة إمكان زيارة أكثر من دولة بميزانية منخفضة نسبياً عما كان الحال قبل إقامة التكتل[١]، وذلك من خلال تقليل عقبات السفر بين الدول أعضاء التكتل سواء فيما يتعلق بإجراءات التأشيرات أو الحدود بما يسهم في زيادة السياحة البينية، وكذلك فيما يتعلق بتاشيرات الدخول للسائحين من الدول الاخري مما يسهم في زيادة اعدادهم الي دول التكتل.

ومع التقارب الجغرافي بين دول التكتل المختارة ، وسهولة حركة المواصلات[٢] المترتبة علي تسهيل حركة الطيران والاستثمار في البنية الاساسية للنقل البري والبحري في اطار الاستراتيجية المقترحة، فان ذلك سوف يتيح الاستغلال الامثل لما تتمتع به الدول العربية الإسلامية المختارة من إمكانيات سياحية طبيعية وثقافية، مما يسمح بإشباع رغبات قطاعات كبيرة من السوق السياحى (سواء القائمة بالفعل، او المستهدفة بالاستراتيجية المقترحة)، خاصة وان استحداث انماط سياحية جديدة كالمطروحة في استراتيجية التعاون المقترحة، سوف تؤدي بلاشك الي تعدد الاسواق وزيادة عدد المستهلكين وتنويع المنتج السياحي لدول التكتل كمقصد اعظم Mega destination .

١- اماني رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة فى التكامل السياحى بين دول شرق البحر المتوسط" رسالة ماجستير غير منشورة – كلية السياحة والفنادق – جامعة الإسكندرية – ١٩٩٧، ص ٤٤٢، ٥٠٢.

2- Tussyadiah, L.P, Kono, T. & Morisugi, H., A model of multi - destinations travel: Implication for marketing strategies, ***Journal of travel research,*** Vol. 44, No4, 2006, P.407

٢- تحقيق الاستقرار السياحى على المدى الطويل:

يتوقع ان تؤدي الاستراتيجية المقترحة الي تغير هيكل الطلب السياحي الدولي نحو زيادة الاهمية النسبية للسياحة البينية بما يسمح بتوفير الاستقرار السياحى[1] للدول الأعضاء على المدى الطويل، خاصة في ظل ظروف المنافسة السياحية الدولية.

ووفقا للاستراتيجية المقترحة سوف يتم إزالة الحواجز والتعقيدات أمام المسافر سواء أكانت متعلقة بالتأشيرات أو إجراءات الحدود أو التمييز فى الأسعار، مما يؤدى إلى تحول الطلب من المقاصد البعيدة إلى دول التكتل المختارة كمقصد اعظم،وبعبارة اخري فإن إمكان زيادة حجم السياحة البينية بين الدول العربية الإسلامية سوف يؤدى بالضرورة إلى انخفاض معدل خروج التدفق السياحى خارج الإقليم نسبيا، بما يعنى زيادة حجم الحركة السياحية والدخل السياحى بشكل أكثر ثباتاً واستقراراً على المدى الطويل خاصة انها أقل تأثراً بالأزمات الاقتصادية والسياسية مقارنة بالسياحة الدولية؛ حيث تشبه إلى حد كبير السياحة الداخلية لذا فهى تسهم فى تقليل الاعتماد على السياحة الوافدة من خارج الإقليم inter -regional والتى تتسم بأنها أكثر حساسية لهذه الظروف وقد اتضح ذلك من خلال عدد من الأزمات التي واجهت السياحة الدولية في عدد من مناطق العالم حيث كانت احداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ كازمة سياسية نقطة تحول كبري نحو مزيد من اقبال السائحين العرب والمسلمين علي السياحة البينية بدلا من اختيارهم التقليدي للسفر الي الولايات المتحدة الامريكية واوروبا.

1- Varma, H., "Intra – regional tourism in the Asian region", International tourism marketing conference chennai, India, 10-12 December 2003, (www.fici.com/media-room/speeches/…/dec/dec12-south-pacifc.pdf) accessed: Oct, 2009.

وفي عام ٢٠٠٨ ظهرت ايضا اهمية السياحة البينية في تخفيف حدة اثر الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ (*).

٣- **تحقيق تنمية سياحية مستدامة:**

ان التعاون المقترح في السياحة الدولية يستهدف شرائح سوقية تتسم بالوعي تجاه البيئة وحماية التراث والحساسية تجاه الثقافة المحلية والمجتمع المضيف سواء السائح المحافظ او السائح الثقافي؛ مما يعني تقليل الاثار الاجتماعية والثقافية للسياحة الدولية، وتاكيد الاحترام المتبادل بين المجتمعات والثقافات نتيجة السلوك المسئول والواعي من قبل السائحين، عبر كل من ادارة الزائر وابراز الوجه الحضاري للاسلام عن طريق تنمية مناطق التراث الاسلامي واظهاره بصورة توضح تاريخ الاسلام وصورته الحقيقية، مما ينعكس علي اثراء تجربة السائح، والحفاظ علي هوية المقاصد العربية الاسلامية، وتجنيبها الاثار السلبية للعولمة التي تستهدف تنميط ثقافتها، وتجانسها مما يعني احداث تغييرات جوهرية لاتجاهات السائح نحو الثقافة العربية الاسلامية عموما والدين الاسلامي علي وجه الخصوص واستدامة المنتج السياحي، مما يعني مزيدا من الاقبال علي زيارة المقصد ، وكذا مزيدا من الزيارات في المستقبل بفعل الخبرة الايجابية وتاثير الكلمة المنطوقة، مما يعني تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

ثانياً: اثار اقتصادية وتتمثل في تعظيم العوائد الاقتصادية المحققة من صناعة السياحة والتخفيف من حدة الفقر حيث يمكن تحقيق هذا الهدف من خلال العناصر التالية:

أ- ينجم عن تنوع الموارد السياحية في دول التكتل المختارة امكان تحقيق افضل استغلال لها حيث ينطوي ذلك علي الاستخدام الكفء للموارد الاقتصادية[1] من موارد طبيعية وثقافية وبشرية وتكنولوجية وبالتالي تنويع الاسواق المستهدفة.

---

* راجع الفصل الاول، والفصل الثالث.

١- اماني رفعت، ص ص ٤٩٧، ٤٩٨.

وينجم عن تنويع الاسواق زيادة الايرادات السياحية، مما يسهم في زيادة مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات خاصة وان الشرائح المستهدفة للسياحة البينية والسياحة الثقافية تتسم بارتفاع مستوي الدخل، وارتفاع مستوي الانفاق السياحي مما ينجم عنه اثار اقتصادية ايجابية داخل الاقتصاد القومي.

ب- **تمكين المنتجين ذوي القدرات المالية المحدودة من دخول السوق السياحي[1]:**

مع التغيرات السياسية الراهنة-علي اثر الثورات المصرية والتونسية – نحو مزيد من تحقيق العدالة الاجتماعية والانحياز الي مطالب المواطنين عموما والفقراء الذين يمثلون اغلبية سكانية في الدول النامية، وامكان الحصول علي التمويل دون عقبات تنظيمية ضخمة خاصة مع المحاولات المستمرة للقضاء علي الفساد والرشوة، وفي ظل سوق سياحية ترتفع فيها درجة المنافسة يتوقع ان تتيح الانماط السياحية المطروحة في الاستراتيجية امكان **دخول صغار المستثمرين من اصحاب** المشروعات الوطنية المتوسطة والصغيرة الي السوق السياحي بجوار الشركات الكبري؛ خاصة وأن الوسائل المقترحة لتسويق التراث الاسلامي تتضمن تشجيع اقامة مشروعات انتاج وتسويق المنتجات الحرفية التذكارية، واقامة مشروعات الاطعمة التراثية.

ج- **تعظيم التشابكات بين القطاعات داخل الاقتصاد القومي وتقليل حجم التسربات:**

يتيح التعاون المقترح زيادة فرص الاستثمارامام اصحاب رؤوس الاموال من دول التكتل او من غيرها من الدول العربية الاسلامية دون قيود تمييزية اذ إن وجود التكتل السياحى يمنح فرص المعاملة التفضيلية لمؤسسات الأعمال السياحية لدول التكتل المختارة، وغيرها من الدول العربية الاسلامية من خلال توفير مناخ أفضل

1- Goodwin,H., " Pro-poor Tourism : a response" , ***Third World Quarterly***, Vol.29 , No. 5 , 2008, PP 869 -871.

لعملها داخل التكتل مما يعنى توجيه رؤوس الأموال إلى داخل الإقليم خاصة ان الاستثمارات المخصصة للانماط السياحية المقترحة سوف تكون بتمويل اقليمي ذاتي مما يعني تعظيم المنافع الاقتصادية المتحققة عن صناعة السياحة؛ مما يعني ان جانبا كبيرا من عوائد السياحة سيصب مباشرة في الاقتصاد القومي لدول التكتل مما يزيد مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي.(١)

بالإضافة الي ذلك فان الاستراتيجية المقترحة تسعي الي تفضيل توظيف المواطنين لخدمة السائحين ينتج عن ذلك ايضا زيادة فرص العمل الماهرة وغير الماهرة مثل تفضيل توظيف النساء سواء في وحدات الاقامة النسائية، او في مشروعات المنتجات الحرفية التنكارية والاطعمة التراثية مما يسهم زيادة مشاركة المراة في الحصول علي الفوائد المحققة من صناعة السياحة كمنتجة او عاملة في النشاط مما ينتج عنه زيادة الانتاج وارتفاع مستويات الدخول ومستويات المعيشة.(٢)

د- نتيجة لما سبق يمكن للسياحة التخفيف من حدة الفقر في حال ادارتها و تنميتها وفقا لمبدا استدامة الموارد السياحية وذلك وفقا لدراسة جليلة حسنين ٢٠٠٧، ودراسة Goodwin, H., 2008، بما ينجم عنه تجربة سياحية مميزة، ويصب في النهاية لصالح المجتمع المحلي دون تاكل للثقافة العربية الاسلامية.

وبناء عليه فان الاهتمام بالبعد الثقافي والاخلاقي للسياحة، والذي تتبناه الاستراتيجية المقترحة لن يؤدي فقط الي الحفاظ علي الموارد الثقافية، وانما تضمن الحفاظ علي مساهمة السياحة في داخل الاقتصاد القومي ولصالح الطبقات الفقيرة دونما استغلال لحاجتهم الي المال في انشطة سياحية ذات اثار اجتماعية سلبية.(٣)

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص ص ٤٨٣-٤٨٨.

٢- لمزيد من المعلومات، راجع : جليلة حسنين، " السياحة هل تزيد من الفقر في الدول النامية ام يمكن ان تسهم في تخفيف حدته"، في جليلة حسنين المحرر، ***مقالات في التنمية السياحية***، مرجع سابق، ص ص ٦٩-١٢٣.

1- Goodwin, op. cit, p.870.

ثالثاً: اثار سياسية وتتمثل في تعزيز الأمن والاستقرار:

يستهدف الدين الإسلامى تحقيق التعاون والتفاهم المشترك بين المجتمعات الإسلامية، ونبذ الاختلافات السياسية، والصراعات الطائفية والعرقية و تخفيف النزعة القطرية بما يسهم في تدعيم الامن والاستقرار بين الدول الاسلامية وصولاً إلى وحدة الأمة Unity of ummah (*) (١)

وعليه فان تفعيل اليات التنفيذ التي تضمنتها الرؤية الاستراتيجية المقترحة تعد خطوة هامة نحو تحقيق وحدة الامة العربية الاسلامية، لان التعاون السياحي يعنى فى مضمونه وحدة المصالح الاقتصادية بين دول التكتل؛ خاصة وأنه لا يمكن أن تتسع قاعدة التنمية السياحية إلا فى ظل الاستقرار والسلام ونبذ الصراعات الإقليمية.(٢)

ومن ناحية اخري، فان الاستراتيجية المقترحة تستهدف تسويق التراث الاسلامي، ووفقا لاليات التنفيذ المقترحة يتم الاتصال الفعال والايجابي المخطط مسبقا بين الشعوب العربية الاسلامية وغيرها بما يسهم في تحسين الصورة السياحية للدول العربية الاسلامية المختارة، ويؤدي تدريجيا الي انتشار التفاهم والتسامح.

---

* راجع سورة المائدة الآية رقم (١٢)، وسورة الحجرات الآية رقم (١٣)

1- Henderson, J.C., “Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", op.cit, P. 448.

٢- صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل للتسامح والسلام"، مرجع سابق، ص١٧.

خامساً: نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم
(مصر - تونس - المغرب)

خامساً: نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم (مصر– تونس–المغرب)[1]

فيما يلي يتم تقديم ثلاثة نماذج لرحلات سياحية وفقا للانماط السياحية التي تضمنتها الاستراتيجية المقترحة بحيث يتم وضع نموذج مقترح لسياحة التراث الاسلامي، واخر للسياحة البينية العربية الوافدة من خارج دول التكتل، وثالث للسياحة الاسلامية.(*)

<u>**النموذج الاول: (سياحة التراث الاسلامي):**</u>

<u>**اليوم الاول:**</u> وصول مطار (ميناء) الاسكندرية– الانتقال الي الفندق للتسكين – التوجه للقيام بجولة لزيارة معالم الاسكندرية (مكتبة الاسكندرية – متحف الاسكندرية القومي – قلعة قايتباي وميدان المساجد) – تناول وجبة الغذاء في احد مطاعم الاسماك – العودة الي الفندق للمبيت.

١– تم الاستعانة في مراجعة هذه النماذج باحدي منظمات الرحلات بشركة النيل للسياحة بالاسكندرية – و احدي المرشدات السياحيات بالاضافة الي مواطنين من تونس والمغرب عبر محاورات الانترنت، و دراسة McKercher, 2001، دراسة الهام سعيد عبد القادر، ص ص ١٢٥ – ١٢٦، من اجل تحديد عدد الايام الامثل لزيارة الدول المختارة والاماكن الاهم للزيارة، لمزيد من المعلومات، راجع :

McKercher, B., A Comparison of Main-Destination Visitors and Through Travelers at a Dual-Purpose Destination, ***Journal of Travel Research***, Vol. 39, May 2001, PP. 433-434.

الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع الشركات السياحية المصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧

ومن الجدير بالذكر ان اية مناطق ساحلية مذكورة في البرامج هي مناطق سياحية موجودة و مطروقة فعلا من السائحين وفي حال اتخاذ الخطوات الفعلية نحو اختيار مناطق سياحية جديدة يمكن استبدالها بالموجودة بالفعل في البرامج المقترحة..

* <u>جميع البرامج تشمل:</u> أقامة في فنادق ومنتجعات ٤ نجوم مع افطار في كل البرنامج / النقل السياحي بالاتوبيس/تذاكر الطيران ذهابا وآيابا، مرشد سياحي لمزارات كل دولة.

<u>البرنامج لا يشمل :</u> كافة الطلبات الشخصية في الفندق (الأتصالات – تنظيف الملابس .....الخ)، رسوم دخول الأماكن الاثرية- البرامج والسهرات الأختيارية.

اليوم الثاني: الافطار – التوجه الي مدينة رشيد لزيارة معالمها الاثرية الاسلامية – الغذاء في احد المطاعم الشعبية – العودة الي الاسكندرية للمبيت.

اليوم الثالث: الافطار – ثم التوجه الي القاهرة بالاتوبيس– التسكين في الفندق – ثم جولة لزيارة المعالم الاثرية الاسلامية بالقاهرة (شارع المعز – الازهر – الحسين – متحف الفن الاسلامي)–تناول الغذاء في احد مطاعم الحسين – جولة في خان الخليلي والجمالية لمشاهدة الصناعات الحرفية والتسوق – المبيت.

اليوم الرابع: التوجه الي مطار القاهرة – النزول في مطار تونس – استقبال وانهاء اجراءات الجوازات – التسكين في الفندق – جولة مسائية حرة بشارع بورقيبة – المبيت.

اليوم الخامس: الافطار ثم التوجه الي زيارة مساجد وزوايا المدينة العتيقة ومنازل الاعيان، والمركز الوطني للخزف الفني الإسلامي، تناول الغذاء في احد المطاعم ذات الطابع التونسي ثم جولة للتسوق داخل السوق العربي العتيق وسط المدينة ثم التوجه الي سيدي بوسعيد – العودة للفندق للمبيت.

اليوم السادس: الافطار ثم التوجه الي مدينة القيروان وزيارة معالمها الاسلامية المميزة – تناول الغذاء ثم التوجه الي مدينة رقادة لزيارة متحف الفنون الاسلامية – العودة الي تونس للمبيت.

اليوم السابع: الافطار ثم التوجه الي مطار تونس في اتجاه الدار البيضاء – الوصول – التجول في شوارع المدينة – زيارة مسجد السلطان الحسن الثاني – الغذاء في احد مطاعم الكورنيش – جولة مسائية حرة – الفندق والمبيت.

اليوم الثامن: الافطار– السفر الي مراكش بريا – قضاء اليوم في ساحة جامع الفنا وتناول الغذاء والعشاء – العودة للفندق والمبيت.

اليوم التاسع : الافطار– زيارة الكتبية – قصر البديع – قصر الباهية– العودة للفندق – التجول في سوق المدينة القديمة– العشاء في مطعم علي بن فلاح – العودة للفندق للمبيت.

النموذج الثاني: (السياحة البينية الوافدة من خارج دول التكتل):

اليوم الاول: وصول مطار الاسكندرية – استقبال و انهاء اجراءات الجوازات – الانتقال الي الساحل الشمالي للاقامة في الفندق او الشاليهات لمدة ٣ ايام.

اليوم الخامس: الافطار ثم التوجه لمطار القاهرة – جولة لزيارة المتحف المصري – منطقة الاهرامات) – تناول الغذاء في برج القاهرة – استكمال الزيارة جولة في خان الخليلي – العودة للفندق للمبيت.

اليوم السادس: الافطار ثم التوجه الي مطار القاهرة – النزول في مطار تونس – استقبال وانهاء اجراءات الجوازات – التسكين في الفندق – جولة حرة بشارع بورقيبة – الغذاء – جولة مسائية حرة بمنطقة البحيرة.

اليوم السابع: الافطار ثم التوجه الي سوسة – تسوق من السوق العتيق ثم التوجه الى منتجع يحتوي مركز الspa واستلام الغرف، وقضاء وقت علي الشاطيء، ثم تناول وجبة العشاء في داخل المنتجع.

اليوم الثامن: الافطار في المنتجع ثم المغادرة بأتجاه مدينة الحمامات والتعرف على المدينة القديمة ومنظر البحر والقلعة القديمة مع اخذ وقت للراحة في احدي الكافيتريات المطلة على البحر ثم التوجه الى السوق العتيق واخذ وقت للتسوق - الغداء – جولة مسائية حرة ثم العودة الى المنتجع– المبيت.

اليوم التاسع: الافطار في المنتجع – العودة الي مطار تونس – النزول في مطار الدار البيضاء– الوصول الي مدينة المحمدية – التسكين والمبيت.

اليوم العاشر، والحادي عشر: الافطار – قضاء اليوم علي الشاطيء – جولة مسائية حرة.

اليوم الثاني عشر: الافطار– السفر الي ورزازات – القيام بسفاري في صحراء ورزازات –الغذاء واستكمال اليوم في الصحراء – الفندق للمبيت.

النموذج الثالث: (السياحة الاسلامية):

اليوم الاول: وصول الي مطار القاهرة – الاستقبال – زيارة منطقة الاهرامات – الغذاء في مركب نيلية – الفندق والمبيت.

اليوم الثاني: الافطار – زيارة لمنطقة الازهر والحسين –شارع المعز – الغذاء في احد المطاعم الشعبية – استكمال الزيارة للتسوق في خان الخليلي – العودة للفندق .

اليوم الثالث: الافطار – التوجه الي مطار القاهرة – وصول مطار شرم الشيخ – التسكين – جولة مسائية حرة.

اليوم الرابع: الافطار – قضاء يومٌ علي الشاطيء – العودة الي الفندق – جولة مسائية حرة.

اليوم الخامس: الافطار – رحلة سفاري – زيارة محمية راس محمد و ركوب غواصة لقضاء يوم بالجزيرة – العودة الي الفندق.

اليوم السادس: الافطار – التوجه نحو مطار تونس – التوجه بالسيارة الي مدينة القيروان–زيارة مقام الصحابي أبي زمعة البلوي ، بئر بروطة، جامع الأبواب الثلاثة – الغذاء في احد المطاعم الشعبية – استكمال الجولة في المدينة القديمة – المبيت.

اليوم السابع: الافطار– التوجه نحو المنستير زيارة مسجد بورقيبة وروضة ال بورقيبة – الغذاء في احد المطاعم – الذهاب الي الفندق للمبيت.

اليوم الثامن: الافطار – قضاء يوم علي الشاطيء – جولة مسائية حرة.

اليوم التاسع: الافطار – التوجه الي مطار الدار البيضاء – التحرك الي مراكش – قضاء اليوم في ساحة جامع الفنا – الفندق والمبيت.

اليوم العاشر: قضاء اليوم بين زيارة حدائق اكدال والمنطقة الجبلية اوريكة و تناول الغذاء هناك – العودة للفندق.

اليوم الحادي عشر: الفطار– التحرك لزيارة استديوهات اورزازات – ثم زيارة مدينة الرشيدية والغذاء هناك وسط الريف – الفندق.

اليوم الثاني عشر: الافطار– الانتقال بريا الي مدينة مكناس – جولة لزيارة معالمها – التسوق في سوق المدينة العتيقة – التحرك نحو فاس – زيارة المتحف (البطحاء)، جامعة القرويين – العودة الي الفندق.

المراجع

المراجـــع

أولاً: المراجع العربية:

أ- الكتب و القواميس:

١) اسعد حماد أبو رمان، عادل سعيد الراوي، **السياحة في الأردن: الأسس العلمية – المقومات – الأسواق – الجدوى**، عمان: إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.

٢) إسماعيل عبد الرحمن، حربي موسي عريقات، **مفاهيم اساسية في علم الاقتصاد: الاقتصاد الكلي**، عمان: دار وائل للنشر، ١٩٩٩.

٣) ايكه هولتكرانس، **قاموس مصطلحات الاثنولوجيا والفلكلور**، الطبعة الثانية ، ترجمة محمد الجوهري، حسن الشامي ، القاهرة: الهيئة المصرية العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٩.

٤) جمهورية مصر العربية، وزارة التربية والتعليم، **الاطلس العربي**، ١٩٩٠-١٩٩١.

٥) جليلة حسنين، **الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر**، الاسكندرية: مطبعة سامي، ١٩٩٤.

٦) جعفر عبد السلام، احمد السايح ، **"المسلمون والاخر :اسس لتبادل الحوار والتعاون السلمي "**، **سلسلة فكر المواجهة**، القاهرة : رابطة الجامعات الاسلامية، العدد ٢٠، ٢٠٠٦.

٧) حسنين توفيق إبراهيم، **ظاهرة العنف السياسي في النظم العربية**، بيروت :مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٢.

٨) خليف مصطفى غرايبة - **السياحة البيئية مع التركيز علي الوطن العربي بشكل عام والاردن بشكل خاص**؛ عمان: دار يافا العلمية، ٢٠٠٨.

٩) داليا زكي، **الوعي السياحي والتنمية السياحية :مفاهيم، وقضايا**، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٨.

١٠) سماح احمد فضل، **المشروعات العربية المشتركة و دورها فى تحقيق التكامل الاقتصادى العربى**، الاسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٠.

١١) صبري عبد السميع، **التسويق السياحي والفندقي: اسس علمية وتجارب عربية**، القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الادارية، ٢٠٠٧.

١٢) صلاح عبد الوهاب، **التسويق السياحى :القومى والتجارى**، الناشر المؤلف، ١٩٩٦.

١٣) عبد الباري محمد داوود، **السياحة في الاسلام**، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٦.

١٤) عبد العزيز التويجري، **العالم الاسلامي في عصر العولمة**، القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٤

١٥) عبد العزيز بن عثمان التويجري، **الحوار والتفاعل الحضاري من منظور اسلامي**، الرباط: المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة – ايسيسكو، ١٩٩٧.

١٦) فتحي أبو عيانة،**الجغرافيا الإقليمية: دراسة لبعض الأقاليم الكبرى فى العالم**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠.

١٧) فليح خليف، **اقتصاديات الوطن العربي**، عمان :مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

١٨) كامل بكري، احمد رمضان نعمة الله، إيمان عطية ناصف، **مبادئ الاقتصاد الكلي**، الناشر: كلية التجارة – قسم الاقتصاد-جامعة الإسكندرية،٢٠٠٣.

١٩) لمياء حفني، **اعمال شركات السياحة ووكالات السفر**، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٨.

٢٠) محمد عمر مؤمن، **التخطيط السياحي**، الاسكندرية: المكتب الجامعى الحديث،٢٠٠٩.

٢١) محمد لبيب شقير، **الوحدة الاقتصادية العربية : تجاربها و توقعاتها** ، الجزء الثاني، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٦.

٢٢) محمد محمود الإمام، **التكامل الاقتصادى الإقليمى بين النظرية والتطبيق**، القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٠.

٢٣) محمد محمود الامام، **العمل الاقتصادي العربي المشترك: ابعاده وتطوره**، القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠١.

٢٤) محمد يسري دعبس، **السياحة والمجتمع: دراسات وبحوث في انثروبولوجيا السياحة**، الاسكندرية: الملتقي المصري للابداع والتنمية،٢٠٠٩.
٢٥) محمد يسري دعبس، **العلاقات الاجتماعية للسائح: رؤية في انثروبولوجيا السياحة**، الاسكندرية: الناشر المؤلف، ١٩٩٣.
٢٦) محيا زيتون، **السياحة فى مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر**، القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٢.
٢٧) نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، **الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون: منهج، اساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبة منهجية حديثة**، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦.
٢٨) هند محمد حامد، **التجارة الالكترونية فى المجال السياحى**، الناشر المؤلف، ٢٠٠٣.

ب- الرسائل العلمية:

١) الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع الشركات السياحية المصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧.
٢) اماني رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة فى التكامل السياحى بين دول شرق البحر المتوسط "رسالة ماجستير غير منشورة -كلية السياحة والفنادق -جامعة الإسكندرية ١٩٩٧.
٣) امنية عدلي ابراهيم عدلي، دور السياسات المالية للدولة في تنمية قطاع السياحة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٠.
٤) ثروت عبد السلام غطاس، التكامل الاقتصادى الإسلامى بين النظرية وإمكانيات التطبيق على مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية،٢٠٠٥.
٥) راندا صلاح الدين محمد عطية، التنافس بين الإقليمية والتعددية نحو تحرير التجارة الدولية (دراسة مقارنة) : ملخص رسالة ماجستير، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، العدد الرابع، ٢٠٠٩ ص ص ١٥٩-١٦٤.

٦) رضا محمود ابوزيد محمد، السلوك الإنفاقى للسائحين الوافدين و أثره على معدل الإنفاق فى مصر بالتطبيق على السوق العربى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧.
٧) زينب محمد حسن حامد، صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستيرغير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
٨) سمركامل احمد سعد، استخدام نظام ال BOTكوسيلة لتدعيم البنية الأساسية للنقل الجوى :دراسة تطبيقية على مطار مرسى علم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٣ .
٩) شيرين عادل حسن نصير، تحليل اثر السياحة علي التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٤.
١٠) عمرو على عبد الله على "تقييم إجراءات الحدود فى مصر وأثرها على حركة السياحة"، رسالة ماجستير غير منشورة – كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ٢٠٠٧.
١١) محمد علي محمد عبيد، اثر الاتفاقية الدولية لتحرير تجارة الخدمات (GATS)علي كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية مع التطبيق علي مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٨.
١٢) مها بداري، القدرة التنافسية لاصالة المنتج السياحي المصري في عصر العولمة بالتركيز علي العولمة الثقافية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧.
١٣) هايدى محمود على صالح "تسويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحى حديث "رسالة دكتوراه غير منشورة -كلية السياحة والفنادق -جامعة حلون ٢٠٠٥.
١٤) هبة القرموطي، إدارة الأزمات السياسية و تأثيرها علي السياحة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨.

١٥) يسرا عطية محمد عطية سعيد، الاثار الاقتصادية للشركات السياحية عابرة القوميات علي النشاط السياحي في الدول النامية) بالتطبيق علي النشاط السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٧.

جـ الدوريات والمقالات العلمية:

١) ابراهيم مناد، "نبذة عن مسيرة الاستشراق"، ***مجلة حوليات التراث***، العدد ٣، ٢٠٠٥.

annales.univ-mosta.dz/index.php/archive/152.htm, accessed: Oct. 2010

٢) الياس سابا، "الازمة المالية العالمية: اسبابها وانعكاساتها "، ***المستقبل العربي***، العدد ٣٦٠، فبراير ٢٠٠٩ ص ص. ١٠-١٦.

٣) امنية مختار ياقوت، "كيفية اجتذاب اسواق و شرائح جديدة للاسواق السياحية المصرية"، ***مجلة البحوث السياحية***، عدد ديسمبر، ٢٠٠٨، ص ص ٥-٢٦.

٤) ايمن طلال يوسف، "تنميط الاسلام في التصورات الغربية بين الاصولية والفوبيا : "قراءة تحليلية نقدية، ***المجلة العربية للعلوم السياسية***، العدد ١٨، ربيع ٢٠٠٨، ص ص ١١٧-١٤٦.

٥) جليلة حسنين، "اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gatsوآثارها المحتملة مستقبلاً على النشاط السياحى الدولى وإيراداته فى مصر"، في: جليلة حسنين "المحرر"، ***مقالات فى التنمية السياحية***، الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ص ١٠٤-١٣٠.

٦) جليلة حسنين، السياحة هل تزيد من الفقر في الدول النامية ام يمكن ان تسهم في تخفيف حدته"، في جليلة حسنين المحرر، ***مقالات في التنمية السياحية***،الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد ، ، ٢٠٠٣ ، ص ص ٦٩-١٢٣.

٧) جليلة حسنين، "مناخ الاستثمار السياحي في مصر :(تحليل دور و اهمية العوامل المؤثرة فيه)" ، في جليلة حسنين (المحرر)، ***دراسات في التنمية السياحية*** ، للناشر المؤلف ، ٢٠٠٣، ص ص ١٢٧-٢٠٢.

٨) حربي محمد موسي عريقات، التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة، ***بحوث اقتصادية عربية***، السنة التاسعة، العدد العشرون، صيف ٢٠٠٠ ، ص ص ٤٧-٨٣

٩) حميد الجميلي، مستقبل الاقتصاد العربي في ضوء متغير الشرق اوسطية الاقتصادية "، ***مجلة الوحدة الاقتصادية العربية***، العدد ٢٤، السنة الرابعة عشرة، يونية ٢٠٠٢، ص ص ١٩- ٥١.

١٠) داليا زكي، "اثر الدراما علي التدفق السياحي: دروس مستفادة"، ***مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم، العدد*** (٤) الاصدار رقم (١) ، ٢٠٠٩.

١١) ديفيد سموك، قمر المهدي، "صنع السلام الاسلامي منذ ٩/١١ ، ***مجلة المستقبل العربي***، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩، ص ص ١٣٢-١٤٥.

١٢) سالم لبيض "الهوية: الاسلام، العروبة، التونسة"، ***المستقبل العربي***، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧-٧٥.

١٣) سعيد عبد العزيز عثمان، محمد جابر فراج، "تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصرى"(السيناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)"، ***مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية جامعة الإسكندرية***، العدد رقم (٢) المجلد رقم (٤٦) يوليو٢٠٠٩.

١٤) صالح شعراوي، "الجزء الثاني من دراسة السياحة العربية و تحرير تجارة الخدمات السياحية"، ***مجلة المسلة الاخباريةجريدة العرب السياحية الاليكترونية:***

http://www.almasallanews.com/News-1528.html, accessed: May, 2011

١٥) صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل التسامح والسلام "، في: صلاح عبد الوهاب (المحرر)، في :صلاح عبد الوهاب (المحرر)، ***الكتاب السنوي للسياحة والفنادق (كتاب متخصص محكم)***، الإسكندرية :منشاة المعارف، ١٩٩٨ ص ص ١١-٢٩.

١٦) عبد الرحمن يسري احمد،"دور الدولة في تنمية الصادرات في إطار الظروف المعاصرة"، في: جليلة حسن حسنين (المحرر)"، ***مقالات فى التنمية السياحية***، الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ص١٨٣-٢٢٩.

١٧) عبد المجيد قدي، "الازمة الاقتصادية الامريكية و تداعياتها العالمية "، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص ٢٥-٢٨.

١٨) عدنان داوود محمد العذاري، "اثر الاستثمار الاجنبي المباشر في الاقتصاد الاردني، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص ١٥٥-١٧٦.

١٩) علي درويش الشمالي، عبد الرؤوف توفيق، "دراسة مقارنة برنامج الخصخصة في المملكة الاردنية الهاشمية والجمهورية التونسية "، *المجلة العلمية لكلية التجارة "البنين"جامعة الازهر*، العدد ٢٧، ٢٠٠٢، ص ص ٢٨٧-٣١١.

٢٠) على كنعان، "الإقليمية الجديدة والمفتوحة":الأوسطية والمتوسطية"، فى :أحمد برقاوى وآخرون، *الدولة الوطنية وتحديات العولمة فى الوطن العربى*، القاهرة: مكتبة مدبولى، ٢٠٠٤، ص ص ٦٩-٩٩.

٢١) عمر سالمان، "جدوي التحول الي اتحاد جمركي عربي في ظل الاتجاهات الحديثة للاقليمية "، *مجلة المحاسبة والادارة والتامين – كلية التجارة – جامعة القاهرة*، العدد الثامن والستون، ٢٠٠٧، ص ص ١٨٧-٢٤٠.

٢٢) عمر صقر، "آثار العولمة على اقتصاديات الدول العربية فى شمال أفريقية ومجلس التعاون الخليجى"، *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية – كلية التجارة وإدارة الأعمال – جامعة حلوان*، العدد ٣،٤ ٢٠٠٢، **ص ص** ٢٤٩-٢٩٦.

٢٣) فلاح خلف الربيعى،" التكتلات الاقتصادية فى الدول المتقدمة والنامية "، *الحوار المتمدن*، العدد ٢٣١٠، ٢٠٠٨/٦/١١
(http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=137574, accessed: Oct.2009.\

٢٤) محمد ابراهيم عراقي و اخرون، "السياحة العلاجية في مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا بالبحر الاحمر"، *مجلة البحوث السياحية*، يونيو ٢٠٠٨، ص ص ٥-٥٦.

٢٥) محمد إبراهيم محمود الشافعى، "الاتفاقيـات التجاريـة الإقليميـة وتأثيرها على النظام التجارى العالمى"، ***مجلة الأمن والقـانون – اكاديميـة شـرطة دبـي***، العـدد الأول ينـاير ٢٠٠٥، ص ص ٦٨-١٢٤.

٢٦) محمد سعيد الغامدي، "تنميـة النشـاط السـياحي فـي الاقتصـاد الاسلامي: دراسة في الاصول النظرية والتجربة السعودية"، ***مجلة البحوث القانونية والاقتصادية***، العدد الحـادي والثلاثـين، ابريـل ٢٠٠٢، ص ص ١ – ٨٧.

٢٧) محمد يونس عبده عبد الحليم، "دور القطاع الخاص فـي التنميـة الاقتصادية(الحالة المصرية)، ***المجلة العلمية لكلية التجـارة بنـين جامعة الازهر***، العدد ٢٩، ٢٠٠٤، ص ص ٣٦٢-٣٩١.

٢٨) محمود السيد احمد السيد، "السياحة العلاجية فـي مصـر: دراسـة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا "، ***مجلة البحوث السياحية***، ص ص ٥٧-٨٦.

٢٩) مخلص الصيادي، "الحركات الاسـلامية المعاصـرة : رد فعـل ام استجابة لتحد"، ***مجلة المستقبل العربي***، العـدد ٣٦٩، ص ص ٧-٢٧.

٣٠) منظمة المؤتمر الإسلامي، مركز الابحاث الاحصـائية والاقتصـادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية، "السياحة الدولية فـي البلـدان الاعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي: **الافاق والتحديات":**
(http://www.sesric.org/news_details_ar.php), accessed: December, 2009

٣١) منير الحمش، "السياسات الاقتصادية الكلية في ظل الازمة العالميـة الراهنة "، ***بحوث اقتصادية عربيـة***، العدد ٤٧، صيف ٢٠٠٩، ص ص ٧-٣٢.

٣٢) نيفين مسعد، "النزاعات الدينية والمذهبية والعرقية الاثنية في الوطن العربي"، ***مجلة المستقبل العربي***، العدد ٣٦٤، يونيـو ٢٠٠٩،ص ص ٦٣-٧٦.

٣٣) وجيه كوثراني، "في مدي تأثير العوامل الدينيـة والثقافيـة علـي التوحيد القومي"، *مجلة المستقبل العربي*، العـدد ٣٦٧، سـبتمبر ٢٠٠٩، ص ص ١٥٠-١٦٩.

٣٤) يحيي عبد الغني ابو الفتوح ، "التكامل الاقتصادي العربي في ظـل المتغيرات الاقليمية العالمية (دراسة تحليليـة لمعوقاتـه ووسـائل تحقيقه"، ***مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية – جامعة الإسـكندرية***، ملحق العدد الثانى، المجلة ٣٧ سبتمبر ٢٠٠٠، ص ص ١- ٦٧.

د- التقارير والنشرات والجرائد والدراسات:

١) البنك الدولي، **الافاق الاقتصادية ٢٠١٠ لمنطقة الشرق الاوسـط و شمال افريقيا :**

http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/EXTARABICCOUNTRIES/MENAINARABICEXT/0,,contentMDK:22450474~pagePK:146736~piPK:226340~theSitePK:475954,00.html accessed: July, 2011.

٢) البنك الدولي، **الافاق الاقتصادية العالمية، ٢٠٠٩**

http://www.albankaldawli.org/dataandresearch/publications.reports.html, accessed: February, 2010.

٣) البنك الدولي، **البلدان النامية تقود قـاطرة النمـو العـالمي، لكـن المخاطر لا تزال قائمة:**

http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/ACCUEILEXTN/NEWSFRENCH/0,,contentMDK:22807959~menuPK:3325329~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074931,00.html, accessed: July, 2011.

٤) البنك الدولي ، "**الطفرة التاريخية في اسعار السلع الاولية تنتهي مع تباطؤ النمو العالمي**" :

http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/NEWSARABIC/0,,contentMDK:22005140~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html, accessed: July, 2011

٥) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، **الكتاب الإحصائي السنوي، ديسمبر ٢٠٠٨.**

٦) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، **النشرة السنوية لإحصاءات السياحة عام ٢٠٠٨**

(http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm), accessed: July, 2010

٧) الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء ، **" دراسة "قطاع السياحة المصرى وأهميته الاقتصادية":**

http://www.capmas.gov.eg/news.aspx?nid=852, accessed : Oct., 2011

٨) **المخطط الحادي عشر للتنمية ٢٠٠٧-٢٠١١.**

http://www.transport.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=65%3Ales-principales-orientations-du-11eme-plan-2007-2011&catid=38%3Aaviation-civile&Itemid=157&lang=ar, accessed: June 2011

٩) المملكة الأردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والآثار الاردنية، **الإحصاءات السياحية للأردن أعوام ٢٠٠٤-٢٠٠٧ -٢٠٠٨-٢٠٠٩.**

http://www.tourism.jo/GuestBook/Statistics_ar.asp, accessed: Aug., 2010

١٠)المملكة الأردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والاثار الاردنية، مديرية الدراسات والمعلومات، **التقرير الإحصائي التحليلي لقطاع السياحة ٢٠٠٨،٢٠٠٧**

١١)المملكة الأردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والاثار الاردنية، **النشرة الاحصائية السياحية ٢٠١٠**

http://www.tourism.jo/, accessed: Jul., 2011

١٢) المملكة الأردنية الهاشمية ، وزارة السياحة و الآثار ، **النشرة الإحصائية السياحية ٢٠٠٥ ، عدد سياح المبيت وزوار اليوم الواحد شهريا للسنوات ٢٠٠٢- ٢٠٠٥.**

١٣) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار ، **النشرة الإحصائية السياحية، المجلد الخامس، العدد الرابع، ٢٠٠٩ :**

http://www.locateme.jo/stat2009_4/stat.htm, accessed: August, 2010

١٤) الهيئة العامة للسياحة والاثارالسعودية، مركز المعلومات والأبحـــاث السياحية(ماس)، **الاحصاءات السياحية** .٢٠١٠ :

http://www.mas.gov.sa, accessed: July, 2011

١٥) الهيئة العامة للسياحة والاثارالسعودية، مركز المعلومات والأبحـــاث السياحية(ماس)، **الاحصاءات السياحية ٢٠٠٩**

١٦) الهيئة العامة للسياحة والاثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، **الاحصاءات السياحية اعداد ٢٠٠٨-٢٠٠٩:**

http://www.mas.gov.sa, accessed: August, 2010.

١٧) الهيئة العامة للسياحة والاثارالسعودية، مركز المعلومات والابحـــاث السياحية (ماس)، **"التاثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية علي المجتمعات المحلية"، ٢٠٠٩.**

١٨) الهيئة العامة للسياحة والاثارالسعودية، مركز المعلومات والابحـــاث السياحية (ماس)، **ملخص لاهم المؤشرات السياحية خـــلال الفتـــرة (٢٠٠٤-٢٠٠٩):**

http://www.mas.gov.sa, accessed: August, 2010.

http://www.mas.gov.sa, accessed: July, 2011

١٩) جامعة الدول العربية، **إدارة الإحصاء وقواعد المعلومـــات، الـــدول العربية في أرقام ومؤشرات، العدد الأول، ٢٠٠٨.**

٢٠) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة قطاع الإعلام والاتصال إدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب، **قـــــرارات مجلـــــس وزراء الإعـــلام العـــرب الدورة العاديـــة الثانيـــة والأربعـــين١٧ يونيو/حزيران ٢٠٠٩**

٢١) جريدة الاهرام ، **في عصر السماوات المفتوحـــة عنـــدما تتخطـــي السياحة العربية حدود الكلام"، العدد ٤٣٩٣٠ بتاريخ ١٣ يوليـــو ٢٠٠٧**

www.arabicnewsarchive.com/cached-version.aspx?id..., accessed:July, 2011

٢٢) جريدة اليوم السابع بتاريخ الأربعاء "مسئول بالسياحة :تأشـــيرات الدخول وراء تراجع عدد السائحين إلى مصر ، ٢١ يوليو٢٠١٠:

youm7.com , accessed: July 2011

٢٣) رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، **تقرير عـــن (رؤيـــة مستقبلية للسياحة المصريه) موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠)**، ص ص ٢٩٢- ٣٠٥.

٢٤) رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة(١٩٧٤-١٩٩٩) تقرير عن (**السياحة واتفاقية التجارة الخدمات الجاتس)**، المجلد الخامس والعشرون ٢٠٠٣، ص ص ٢٢٤-٢٣٧.

٢٥) رئاسة الجمهورية، **المجـــالس القوميـــة المتخصصـــة، موســـوعة المجالس القومية المتخصصـــة (١٩٧٤-٢٠٠٠) تقريـــر عـــن : "رؤية مستقبلية للسياحة المصرية"** ص٢٩٢ -٣٠٥.

٢٦) صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادي العربي الموحد، "التعـــاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"**، ص ص ٢١٣-٢٢٤.

٢٧) صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادى العربى الموحـــد ٢٠١٠، "التجارة الخارجية للدول العربية"**، ص ص ١٦٥-١٨١.

٢٨) صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادى العربى الموحـــد ٢٠٠٨، "التجارة الخارجية للدول العربية"**، ص ص ١٣٥-١٥٠.

٢٩) صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادي العربي الموحـــد ٢٠١٠، التطورات الاقتصادية والاجتماعية** ، ص ص١٥-٤٤.

٣٠) صندوق النقد العربي ،**التقرير الاقتصادي العربي الموحـــد ٢٠١٠، تداعيات الازمة المالية العالمية علي اقتصادات الـــدول العربيـــة**، ص ص ٢٠٣-٢٢٣.

٣١) صندوق النقد العربي، **التقرير الاقتصادي العربي الموحـــد ٢٠١٠، الملحق الاحصائي.**

٣٢) صندوق النقد العربي، **النشرة الاحصائية للدول العربية ،٢٠١٠.**

٣٣) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، **إجمالي عدد السائحين الوافدين إلي مصـــر فـــي سلســـلة زمنيـــة ٣١-١٢-١٩٨٢إلي ٣١-١٢-٢٠٠٩:**

http://www.eip.gov.eg/nds/nds.aspx, accessed: August, 2010.

٣٤) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القـرار، "اثـر اتفاقيـة تحرير التجارة في الخدمات علي قطاع السياحة المصري"، إشـراف : علا الخواجة، الإصدارة الأولي، أكتوبر ٢٠٠٦ .

٣٥) مركز المعلومات والأبحاث السياحية، **ملخـص لأهـم المؤشـرات السياحية خلال الفترة ٢٠٠٤-٢٠٠٩:**

http://www.mas.gov.sa, accessed: August, 2010

مركز الابحاث الاحصـائية والاقتصـادية والاجتماعيـة والتدريب للدول الاسـلامية(Sesric)، بلـدان منظمـة المؤتمر الاسلامي في ارقام :

http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php, accessed: May, 2011.

٣٦) مكتب العمل الدولي، **اتجاهات الاستخدام العالمية ٢٠١٠ :**

www.ilo.org/public/arabic/region/arpro/.../press_release_27012010.pdf, accessed: May, 2010

٣٧) منظمة المؤتمر الاسلامي، **ادارة الشئون الثقافيـة والاجتماعيـة، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو٢٠٠٨.**

٣٨) منظمة المؤتمر الاسلامي، **ادارة الشئون الثقافيـة والاجتماعيـة، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، ديسمبر ٢٠٠٩**

٣٩) منظمة المؤتمر الاسلامي، **التقرير الثاني لمرصد منظمة المـؤتمر الإسلامي بشان ظاهرة الاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيـو ٢٠٠٨ - ابريل ٢٠٠٩ :**

http://www.oic-oci.org/ uploads/ file/Islam phobia/ reports/Arabic /ISLAMOPHOBIA2-Ar. pdf, accessed: September, 2010.

٤٠) منظمة المؤتمر الاسلامي، **مركز الابحاث الاحصائية والاقتصـادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية(Sesric)، بلـدان منظمـة المؤتمر الاسلامي في ارقام:**

http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php, accessed: May, 2011

٤١) وزارة السياحة التونسية :

Le tourisme tunisien en chiffres 2009,

http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf, accessed: Apr. , 2011.

٤٢) وزارة السياحة السورية، **تطور عـــدد الســياح حســب الجنســية والسنوات ٢٠٠٠-٢٠٠٩**

http://www.syriatourism.org, accessed: December, 2010.

٤٣) وزارة السياحة اللبنانية:

http://www.lebanon-tourism.gov.lb/Ministry/Statistics.aspx, accessed: May, 2010.

٤٤) وزارة السياحة المصرية:

Ministry of Tourism, Inbound Tourism, Arab Tourists & Tourist Nights, 2007 – 2009. (http://www.tourism.gov.eg), accessed: Dec., 2010

٤٥) وزارة السياحة المصرية، **التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠**

(http://www.tourism.gov.eg), accessed, Apr. 2010.

٤٦) وزارة السياحة المصرية، **عــدد الســياح الأجانــب الواصــلين الــبلاد والرحلات السريعة خلال عام ٢٠٠٩**

(http://www.tourism.gov.eg), accessed: Dec., 2010.

٤٧) وزارة السياحة المغربية :**التطور الســنوي للمؤشــرات الســياحية الرئيسية ٢٠٠١-٢٠٠٩**

http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm, accessed: May, 2010.

٤٨) وزارة السياحة المغربية، **الاتفاق التطبيقي للاتفاق الاطـــار٢٠٠١-٢٠١٠**

www.**tourisme**.gov.ma, accessed: May, 2009.

٤٩) وزارة السياحة المغربية ،**التطور السنوي لوصول السياح إلى نقــط الحدود** :

http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm, accessed: July, 2011

٥٠) وزارة السياحة المغربية، **الطاقة الفندقية:**

http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm, accessed: April, 2011.

هـ- المؤتمرات والندوات واوراق العمل:

١) ادريس توفيق، **ندوة الاسلام والغرب -مكتبة الاسكندرية ٥يوليو ٢٠١١.**

٢) إسماعيل محمد العدلي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها المحتملة علي قطاع السياحة المصري"، **ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتداعياتها علي الاقتصاد المصري ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية*، العدد رقم١ المجلد ٤٦، يناير ٢٠٠٩.**

٣) المملكة العربية السعودية، **منتدى الرياض الاقتصادي، "جاهزية القطاع الخاص للانضمام لمنظمة التجارة العالمية "، ديسمبر: 2005**
www.riyadhforum.net/Upload/PowerPointFile_1395_80.ppt, accessed: September, 2010

٤) المملكة العربية السعودية ، الهيئة العليا للسياحة ،" دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي"، **ورقة الهيئة العليا للسياحة – المملكة العربية السعودية المنتدى الاول للسياحة في البلدان الاسلامية المملكة العربية السعودية، جدة، ١٨-٢٠/١٠/١٤٢٨هـ.**

٥) المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة، **المؤتمر الاسلامي السادس لوزراء الثقافة، البيان الختامي، باكو -جمهورية اذربيجان ١٣-١٤اكتوبر ٢٠٠٩.**

٦) إيمان محمد منجي، "فعالية الإدارة في مواجهة أزمات السياحة: دراسة حالة مصر في مواجهة أزمة تفجيرات شرم الشيخ"، **ملتقي صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي وإداري و تنموي، تونس- الجمهورية التونسية ٢-٦ يوليو ٢٠٠٦ ، ص ص ١٥-٤٠.**

٧) سلطان أبو على، "الأزمة التمويلية وانعكاساتها على مصر"، المركز المصري للدراسات الاقتصادية ، **ورقة عمل رقم (١٤٢) ،** يناير٢٠٠٩.

8) عبد العزيز بن عثمان التويجري، "**الثقافة العربية والثقافات الأخرى**"، **ندوة الثقافة العربية والثقافات الأخرى، المهرجان الوطني للتراث والثقافة، المملكة العربية السعودية، الرياض ٤-١٩ مارس ١٩٩٨.**

9) عماري عمار، "التكامل العربي :معوقاته وسبل تحقيقه"، **اعمال المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة ٢٨-٣٠مايو ٢٠٠٥** ص ص١٨١-٢٥٢.

10) فوزية العشماوي، "الحوار بين الحضارات والتحديات الثقافية الكبري المعاصرة"، **الحضارات والثقافات الانسانية :من الحوار الي التحالف، وقائع الندوة الدولية التي عقدتها المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة -ايسيسكو -بالتعاون مع وزارة الثقافة والمحافظة علي التراث في الجمهورية التونسية، تونس ٣٠-١/١-٢ ٢٠٠٦، ص ١٠٩-١١٨.**

11) محمود سالم عبد الله، "الدور الثقافي والمعرفي للسياحة في مد جسور التقارب بين الثقافات والحضارات للعالم"، في :فيصل سعيد فارع (المحرر)، ***السياحة في الجمهورية اليمنية*: اوراق عمل وتوصيات الندوة العلمية التي نظمتها مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة، تعز:** مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة، ٢٠٠٣، ص ص ٤٥-٥٩.

12) وسيم محيي الدين، "رؤية شاملة حول تأثير الأزمة الاقتصادية العالمية مع الاقتصاد المصرى خاصة القطاع السياحى"، **ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتبعاتها على الاقتصاد المصرى، ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية -جامعة الإسكندرية*، العدد الأول، مجلد٤٦، الجزء الأول، يناير ٢٠٠٩.**

<u>المقابلات الشخصية والاتصالات التليفونية و محاورات الانترنت:</u>

١. مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة المصرية بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١

٢. مقابلة شخصية مع وكيل وزارة السياحة للعلاقات الدولية١٢ مايو ٢٠١١.

٣. مقابلة شخصية مع مدير ادارة السياحة العربية بالهيئـة المصـرية العامة للتنشيط السياحي بتاريخ ١٢مايو ٢٠١١
٤. مقابلة شخصية مع مدير مركز المعلومات بالاتحاد المصري للغرف السياحية بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١
٥. مقابلة شخصية مع مدير عام الشئون الاقتصـادية بالهيئـة العامـة للتنمية السياحية (مصر) بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١.
٦. مقابلة شخصية مع مديرادارة التحالفات بشركة الخطـوط الجويـة مصر للطيران بتاريخ ٣١مايو ٢٠١١
٧. مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدوليـة بـوزارة الطيـران المدني المصري بتاريخ ٣١مايو ٢٠١١.
٨. مقابلة شخصية مع مدير ادارة الاتفاقات الدولية بشـركة الخـدمات الارضية بمصر للطيران ٣١ مايو ٢٠١١.
٩. مقابلات شخصية مع مدير عام الاتفاقيات الدولية بسلطة الطيـران المدني٣١مايو ٢٠١١ .
١٠. مقابلة شخصية مع عميد شرطة مصطفي سلطان بادارة جوازات الاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١.
١١. مقابلة شخصية مع مدير ادارة هندسة السكك الحديدية بالاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١.
١٢. اتصال تليفوني مع احد مسئولي قناة دريم كورة الرياضية بتاريخ ٦ يونيو ٢٠١١.
١٣. اتصال تليفوني بالسيد مدير عام الاتفاقات بسلطة الطيران المدني المصري بتاريخ ١٥يوليو ٢٠١١، ١٥ اغسطس ٢٠١١
١٤. اتصالات عبر الانترنت مع مواطنين من تونس والمغرب.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

A- Books & encyclopeadias:

1. Burns, P. & Holden, A., **Tourism: A new perspective**, London: Prentice Hall,, 1995.
2. Croatia, B.V., "Religion", in: Jafari, J., Baretje, R., & Buhalis, d., (eds.), **Encyclopedia of Tourism,** London: Routledge, **2001.**
3. Doswell, R., Tourism: **How Effective Management Makes the difference**, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997.
4. Lickorish, L.J & Jenkins C.L.**, An introduction to tourism**, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997.
5. McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Ritchie, J.RB.**, Tourism Principles, Practices, Philosophies** , New York : John Wiley & Sons Inc., 1995.
6. Page, S.J**, Tourism management: management for change 3rd edition**, Amsterdam: EL Sevier, Butterworth Heinemann, 2009.
7. Telfar, D.J. & Sharpley, R., **Tourism and the development in the developing world**, London: Routledge, 2008.
8. Weaver, D. & Oppermann, M.**, Tourism Management**, New York: John Wiley& Sons Australia, 2000.

B- Theses:

1- AL-Ghamedi, explicit and implicit motivation towards outbound tourism: a study of Saudi tourists, a thesis for Degree of Doctor of Philosophy in Marketing, The University of Glasgow, School of Business and Management, September, 2007.

2- AL-Mazroui, L., The experience of Muslim women employed in the tourism industry, A thesis presented to the University of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Master of Arts Recreation and Leisure Studies-Tourism Policy and Planning Waterloo, Ontario, Canada, 2010, (uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/5089/1/Almazro'ei_Lubna.pdf) accessed: July, 2010.

C- Articles & Periodicals:

1. Al-Hamarneh, A. Steiner, C," Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World after September 11, 2001", ***Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East***, Volume 24, Number 1, 2004, PP. 173-182. (http://muse.jhu.edu/journals/comparative_studies_of_south_asia_africa_and_the_middle_east/v024/24.1al-hamarneh.pdf),accessed: November, 2008.
2. Allam, R.," Countering the negative image of Arab women in the Arab Media: Towards a pan Arab eye "Media watch project", ***the middle east institute policy brief***, No. 15, June, 2008, PP. 1-8.
3. Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence, ***Journal of Travel Research***, Vol. 38, August 1999, 57-61
4. Ap, J. & Wonf, K.K.F.,, " Case study on tour guiding: professionalism, issues, problems,", ***Tourism Management,*** Vol. 22, Issue .5, 2001, PP. 551- 563,.

5. Aziz, H, "The journey: an overview of tourism & travel in the Arab/ Islamic context", in Harrison, D. (ed.), ***Tourism & the less developed world: issues and studies***, London: Cabi Publishing, 2004, PP. 151 – 154.
6. Aziz, H., "understanding attacks on tourists in Egypt", ***Tourism Management,*** Vol. 16, No. 2, 1995, PP. 91-95.
7. Azzoni, C.R. & De Menezes, T.A.(2009)," Cost competitiveness of international destinations" , ***Annals of Tourism Research*** Vol.36, No. 4, 2009 ,PP.715- 734.
8. Battour, M., Ismail, M.N..& Battor, M., "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, ***International Journal Of Tourism research,***2010, Published online in Wiley Online Library : http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/pdf, accessed: Jan, 2011.
9. Besculides, A., Lee M.E., & McCormick, P.J., "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 29, Issue, 2, 2002, PP. 303-319.
10. Boakye, K.A., "Studying Suitability as crime targets", ***Annals of tourism research***, Vol.37, Issue .3, 2010, PP. 727-743.
11. Buhalis, D.," Marketing the competitive destination of the future", ***Tourism Management***, Vol. 21, No. 1, 2000, PP. 97-116.
12. Buhalis, D., " The Tourism phenomenon: the new tourist and consumer ", in Wahab, S. & Cooper, C.P., (eds.), ***Tourism in the Age of Globalization***, (London, Routledge), 2001, pp. 78-80.

13. Chang , R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak, H.N., "Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West", ***Tourism Management,*** 32, Issue. 2, 2011, PP. 307-316.
14. Cohen, E. & Avieli, N., "food in tourism attraction and impediment", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 31, No. 4, 2004, PP. 755-778.
15. Coshall, J.T., "The threat of terrorism as an interventional Travel Flows***", Journal of Travel Research,*** Vol. 42, Issue 1, 2003, PP.4 -12.
16. Cross, C.M., Backman, K.F. & Baldwin, E.D., "The Effect of the Language Barrier on Intercultural Communication: A Case Study of Educational Travel in Italy", ***Journal of Teaching in Travel & Tourism***, Vol. 9, 2009, PP. 104 – 123.
17. Crouch, G.I.," Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", ***Journal of Travel Research*** , published online 19 March 2010 , PP. 1-19.
18. Desbiolles, F.H., " More than industry : The forgotten power of tourism as a social force, ***Tourism Management***, Vol. 27, Issue 6, December 2006, PP. 1192-1208
19. Din, K.H, "Islam and tourism: Patterns, issues, and options", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 16, Issue. 4, 1989, PP. 542-563.
20. Donyadide, A.," Ethics in Tourism", ***European Journal of Social Sciences*** – Volume 17, Number 3 2010, PP.426-433.
21. Du Rand, G.E.," Towards a Framework for Food Tourism asan Element of Destination Marketing", http://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/5320/1/DuRand_Towards%282006%29.pdf, accessed: Nov, 2008.

22. Dwyer, L., Forsyth, P. and Rao, P.," The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations", ***Tourism Management***, Vol., 21, no. 1, 2000, PP. 9-22.

23. Dwyer, L. & Kim, C," Destination Competitiveness: Determinants and Indicators", ***Current Issues in Tourism***, Vol. 6, No 5, 2003, PP.369 – 414.

24. Everett, S. & Aitchison, C., "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional identity: A Case Study of Cornwaii, South West England", ***Journal of sustainable Tourism***, Vol. 16, No, 2, 2008, PP. 150-167.

25. Fleishman, J. & and El-Hennawy, N." **In Egypt, tourism and Islam live uneasily side-by-side, Los Angeles Times, October 07, 2007** http://travel.latimes.com/articles/la-trw-in-egypt-tourism-and-islam-live-uneasily-side-by-side7oct07, accessed: Jul., 2009.

26. Fletcher.J & Morakabati, Y., "Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya", ***International Journal of Tourism Research***, Vol. 10, Issue 6., 2008, PP. 537- 556.

27. Gomezelj, D.O., Mihalic, T., "Destination competitiveness-Applying different models the case of Slovenia", ***Tourism Management***, Vol. 29, issue.2, 2008, PP. 294–307

28. Goodrich, J.N," September 11, 2001 attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry", ***Tourism Management***, Vol. 23, Issue .6, 2002, PP. 573–580.

29. Goodwin, H., " Pro-poor Tourism : a response, ***Third World Quarterly***, Vol.29, No. 5, 2008, PP. 869 -871

30. Gouda, Abd El Khalek, "Bad Policies or systemic dysfunction, the perils of financial globalization: a south view, ***l'Egypt contemporainne***, no. 473/474, jan – April, 2004, PP. 5 - 46

31. Gray, L.P., et..al, "Do US tour operators' brochures educate the tourist on culturally responsible behaviours? A case study for Kenya ", ***Journal of Vacation Marketing***, July 2005 vol. 11 No. 3 , PP.265-284.

32. Grosspietsch, M.," can tourism provoke terrorism ", Working Paper Series. Num. 3. Sustainable Development through *Tourism*, University of Munster, Germany, 2005, www.tourism-futures. org/ content /view/2355/186 , accessed : Nov. 2008.

33. Gruescu, R., Nanu R. & Pirvu, G., "destination competitiveness: a framework for future research", ***Entelequia. Revista Interdisciplinar***, n° 9, primavera 2009, PP. 197-209. (http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a10.pdf), accessed: January, 2011.

34. Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G," Destination competitiveness of middle eastern countries: an examination of relative positioning", *Anatolia*, Vol. 20, No.1, 2009, PP. 151 – 163.

35. Gut, P. & Jarrell, S., "Silver Lining on a dark cloud: The Impact of 9/11 on a Regional Tourist Destination, ***Journal of Travel Research***, Vol.46, 2007, PP. 147- 153.

36. Handerson, J.C "Managing the Asian financial crisis: tourist attractions in Singapore ", ***Journal of Travel Research,*** Vol. 38 , Nov. 1999, PP. 177-181.
37. Handerson, H.C, "Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", ***Tourism management***, Vol. 24, 2003, PP. 447 – 456.
38. Handerson, J.C, "Sharia-compliant hotels", ***Tourism and Hospitality Research***, Vol, 10, July, 2010, PP. 246-254
39. Hashim, N.H., Murphy, J., Hashim, N.M., "Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites", Journal of computer – mediated communication,129.
40. Hazbun, W., "Explaining the Arab Middle East Tourism Paradox", ***The Arab World Geographer,*** Vol 9, No 3,2006 ,PP. 206–218 .
hazbun.mwoodward.com/AWG93Hazbun.pdf, accessed: Nov., 2008.
41. Higgins,D. F., "More than industry": the forgotten power of tourism as social force ", ***Tourism Management***, Vol. 27, 2006, PP. 1192 -1208.
42. Hudson, S., Wang, Y & Gil, S.M.," The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: a Cross-Cultural Comparison", ***international journal of tourism***13, 2011, PP 177–190
43. Kivela, J. & Crotts, J.C, " tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experiencea destination", ***Journal of Hospitality & Tourism Research***, Vol. 30, No. 3, August 2006, 354-377.

44. Lawson, R. & Thyne, M., "Destination avoidance and inept destination sets", ***Journal of Vacation Marketing,*** Vol. 7, No.3, 2001, PP. 199-208.
45. Lee, C.F., & King, B.," Assessing Destination Competitiveness: An Application to the Hot Springs Tourism Sector ", ***Tourism and Hospitality Planning and Development***, Vol. 3, no.3. , PP. 179-197.
(http://eprints.vu.edu.au/2039), accessed: Jan., 2011.
46. Lee , T.J., "role of hotel design in enhancing destination branding ", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 38, No. 2 , 2011 , PP.708-711.
47. Lepp, A., & Gibson, H. (2003)," Tourist roles, perceived risk and international tourism", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 30, No.3, , PP. 606-624.
48. Mansfeld, Y.," Wars, tourism and the "Middle East" factor", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.)***, Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley: New York, 1996,, PP. 265- 278.
49. Mat, A.B.C& Zakaria, A.B," The Importance of Arabic Language in Malaysian Tourism Industry: Trends during 1999-2004", ***Canadian Social Science***, Vol.5 No.4 , 2009, PP. 12 – 17
cscanada.net/index.php/css/article/view/385/pdf_222, accessed: Aug, 2010.
50. Matt Guarente, The Importance of Social Media, Mar 2010, (http://www.insights.org.uk), accessed: Apr., 2011.
51. Mazanec, J.A., Wober, K. & Zins, A.H., " Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?", ***Journal of Travel Research*** , Vol. 46, August, 2007, pp. 86-95

52. McKercher, B., A Comparison of Main-Destination Visitors and Through Travelers at a Dual-Purpose Destination, ***Journal of Travel Research***, Vol. 39, May 2001, PP. 433-434.
53. Mihalic, T., "Tourism & Warfare: The case of Slovenia", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.), ***Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley: New York, 1996, PP.231 – 246
54. Mohamed, B., Image of Malaysia as a Destination: a Review, (www.hbp.usm.my/tourism/Papers/paper_image.htm), accessed: Apr., 2011.
55. Morakabati, Y., "Deterrents to Tourism Development in Iran ", ***International Journal of Tourism* Research**, Vol. 13, Issue.2, 2011, PP.103–123.
56. Murphy, L., Moscardo, G. & Benckendorff, P., "Using Brand Personality to differentiate Regional Tourism Destinatios", ***Journal of Travel research***, Vol.46, August, 2007, PP. 5 – 14..
57. Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., "Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance ", ***Tourism Management***, Vol.28, Issue. 6., 2007, PP. 1497- 1506.
58. Palmer, C, "Tourism and the symbols of identity, ***Tourism management***, Vol.20, No.3, 1999. PP. 313-321.
59. Pizam A.." A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations and analyzing their differential effects on tourism demand ", ***Journal of Travel Research***, Vol. **38**, Issue.1, 1999, PP. 5- 12.
60. Pizam, A., Fleischer, A. & Mansfeld, Y., "Tourism and Social Change: The Case of Israeli Eco-tourists Visiting Jordan ", ***Journal of Travel Research***, Vol. 41, November, 2002, PP. 177-184.

61. Pan, B., MacLaurin, T. & C.Crotts, J., "Travel blogs and implications for destination marketing", ***Journal of Travel Research***, Vol. 46, August 2007, PP. 35-45.

62. Park, H.Y.," Shared National Memory as Intangible Heritage: Re-imagining Two Koreas as One Nation", ***Annals of Tourism Research***, Vol. 38, No. 2, 2011, PP. 520 -539

63. Poirier, R., A., "Tourism and Development in Tunisia", ***Annals of Tourism Research,*** Vol.22, No., 1, 1995 PP. 157 -171.

64. Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., "Perceived Travel Risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand", ***Tourism Management***, Vol.30, 2009, PP. 410-418.

65. Saadi, M.A, & Handerson, J.C," Tourism in Saudi Arabia and its future development, (http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/8105/120511-0005-fulltext.pdf?sequence=3), accessed: Oct, 2009

66. Shangquan, G., " Economic Globalization: Trends, Risks and Risk prevention", United Nations, Development policy and analysis Division, Department of Economic and Social Affairs, http://www.un.org/esa/policy/devplan/cdp00p32.pdf, accessed: Oct., 2009.

67. Sesric, "International Tourism in The OIC Countries: prospects & challenges", ***Journal of Economic Cooperation***, 27-4, 2006, pp. 63-106 (http://www.sesric.org) accessed: Dec., 2009

68. Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S., "The Negative Image of Islam and Muslims in the West: Causes and Solutions "In: Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S. (Eds.): ***Religious Freedom and the Neutrality of the State: the Position of Islam in the European Union*** Leuven, Peters, 2002,PP.174-196: www.interculturelecommunicatie.com/download/image.pdf, accessed: July, 2010.

69. Singh, A., "Asia pacific tourism industry: current trends and Future outlook, (www. hotel –online .com/Trends /AsiaPacific Jouunal / Asia Pacific Tourism outlook -1997.html), accessed : Oct., 2009.

70. Sonmez, S.F. & Graefe, A.R., "Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decision ", ***Annals of tourism research***, Vol.25, No.1, 1998, PP.112-144.

71. Sr, D.L.E, "A barrier -free future for tourism," ***Tourism management***, Vol. 16, No.2, 1995, PP.107-110.

72. Steiner, V., "An Overestimated Relationship? ViolentPolitical Unrest and Tourism Foreign Direct Investment in the Middle East", ***International Journal of Tourism Research***, Volume 12, Issue 6, 2010, PP. 726 –738.

73. Thyne, M., Lawson, R. & Todd, S., "The use of cojoint analysis to assess the impact of cross – cultural exchange between host and guest", ***Tourism Management*** , Vol. 27, 2006, PP. 201-213.

74. Tosun, C, " Host perceptions of impacts: A comprehensive tourism study", ***Annals of tourism research***, Vol. 29, No. 1, PP. 231- 253.

75. Tussyadiah, L.P, Kono, T. & Morisugi, H., A model of multi - destinations travel: Implication for marketing strategies, ***Journal of travel research*** Vol. 44, No4, 2006,PP. 407-417.

76. UNESCO, Robinson, M. & Picard, D., "Tourism, Culture, and sustainable development" (unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf) accessed: Oct, 2010.

77. Uriely, N., Israeli, A. & Reichel, A., "Religious Identity and Residents' Attitudes toward Heritage Tourism Development: The Case of Nazareth ", ***Journal of Hospitality & Tourism Research***, vol. 27 no. 1, 2003, PP. 69-84.

78. Wall, G. "Terrorism and Tourism: an overview and Irish example", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y.(eds.), : Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.) , ***Tourism, Crime, and International security Issues***, John Wiley : New York , 1996, PP. 143 – 158.

79. Wang, Y.S, "The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand", ***Tourism management"***, Vol 30 No.1, 2009, PP. 75 - 82.

80. Weeden, C., Ethical Tourism: an opportunity for competitive advantage, ***Journal of vacation marketing***, Vol.8, No.2, 2001, pp. 141-153.

81. Weidenfeld, A.,"Religious needs in the hospitality industry", ***Tourism and Hospitality Research***, Vol. 6, No. 2, 2006,, pp. 143-159.

82. Weidenfeld, A. & Ron, A.S., "Religious needs in the Tourism Industry", ***Anatolia***, Vol.19, No. 2, winter, 2008, PP. 357-361.

83. Yu, X., Weiler, B. & Ham, S., "Intercultural communication and mediation: A frame work of analyzing the intercultural competence of Chinese tour guides ", ***Journal of Vacation Marketing***, Vol.8, No. 1, 2001, PP. 75-87 .

84. Zhang, H.Q., & Chow, I., "Application of Importance – performance model in tour guides' performance: Avoidance from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong", ***Tourism Management***, Vol. 25, Issue 1., 2004, PP. 81-91.

D- Conferences& working papers :

1. Bonham,C., Edmonds,C. & Mak , J., "The impact of 9/11and other terrible global events on tourism in the U.S and Hawaii,**East west center working papers, economics series, No.87, February, 2006, p.2**
   www.eastwestcenter.org/fileadmin/stored/pdfs/ECONwp087.pdf, accessed: July , 2011.
2. Cherfane et. al, "Economic, social and environmental impacts of Euro-Mediterranean free trade Area",**Draft paper for ERF Annual conference, December 2005,**
   (www.sed.menchester.ac.uk/.../Mansour_george cheefane_ Kirkpatrick.pdf) accessed: October, 2009.
3. Handszuh, H, "Meeting on the trade and development implications of tourism services for developing countries ": **UNCTAD XII pre-event, Geneva, 19-20November 2007 PP. 1-22**
4. Hazbun, W., " A New Agenda for Development in The Arab World", **paper prepared for The New Arab World in the 21th century " conference League of Arab States , Cairo, Egypt, March 2003.**
5. Lexow, M. & Edelheim, J. &., Effects of negative media events on Tourist's decisions in W,Frost, G Croy & S Beeton (eds), **Proceedings of International Tourism and Media Conference 2004,** Tourism Research Unit, Monash University, Melbourne, pp. 51-60,
   epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context, accessed: May, 2010

6. Mc Donnell, I, "The role of the tour guide in transferring cultural understanding", **working paper no. 3, 2001,** www.business.uts.edu.au/1st/downloads/wp03_McDonnell.pdf, accessed: August, 2010
7. Rabotic, B., "Tourist guides in contemporary tourism", **International Conference on Tourism and Environment, Sarajevo, March, 4-5, 2010:** http://www.belgradetours.com/THE%20ROLE%20OF%20THE%20TOURIST%20GUIDE%20IN.pdf, accessed: July 2010.
8. Ramli, N., "Halal Tourism : The untapped Maket for the Halal industry and its services, **The 1st Gulf conference on Halal industry and its services-AL-Salmiyah- Kuwait, 24-26 January , 2011:** http://www.islam.gov.kw/site/ads/Gulf1_Halal/Thaird_day/night/4_%20Dr_%20Noriah%20Ramli_ppt.pdf, accessed: June 2011.
9. Sakr, M., Massoud, N. & Sakr, H.," Tourism in Egypt: an unfinished business", **ECES working paper, no. 147, may 2009.**
10. UNWTO, **International conference on tourism, religious & dialogue of cultures, Cordoba- Spain, 29-31 October, 2007.**
11. Varma, H., "Intra – regional tourism in the Asian region", **International tourism marketing conference chennai, India, 10-12 December 2003,** (www.fici.com/ media-room/speeches/.../dec/dec12-south-pacifc.pdf) accessed: October, 2009.
12. Vengesayi, S, "A Conceptual Model of tourism destination competitiveness and attractiveness", **ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003,** pp. 673 – 647.

13. Zaki, D., "Egypt Competitive Advantage: Introducing attribute Importance and Performance", **Proceedings of the 26th EuroCHRIE Conference, Dubai, 11-14 October 2008.**

E- Reports:

1. Ministry of Tourism: **Tourists & Tourist Nights, 2007-2009,** (http://www.tourism.gov. eg), **accessed: December, 2010.**
2. The World Bank, **The little Data Book Africa** 2010
3. TTI, **country reports, Egypt, 2004, 2008.**
4. TTI, **Country Reports, Jordan, November 2007**
5. TTI, **Country reports, Malaysia, February, 2008.**
6. TTI, **Country reports, Morocco, 2004, 2007**
7. TTI, **Country reports, Tunisia, 2008.**
8. UNWTO, **1st Report on the Implementation of the Roadmap for Recovery – March 2010**
9. UNWTO, **2020 Vision,**
10. **UNWTO, compendium of tourism statistics data 2003-2007, 2009 edition.**
11. UNWTO, **Tourism and economic stimulus - Initial assessment Madrid, update 01 July 2009**
12. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2008edition.**
13. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2009edition.**
14. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2010 edition**
15. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2011 edition**
16. UNWTO, **World Tourism Barometer, Vol.5, No.1 January 2007,** accessed: Jan 2009.
17. UNWTO, **World Tourism Barometer, Vol.6 No. 3., oct. 2008**
18. UNWTO , **world Tourism Barometer , vol.7 , No.1 , January 2009**

19. **UNWTO, World Tourism Barometer, January 2010**
20. UNWTO, World Tourism Barometer, **Interim update Aug 2011.**
21. UNWTO, **Year book of tourism statistics data2003-2007, 2009edition**
22. UNWTO, **Year book of tourism statistics data2004-2008, 2010 edition**
23. **World Economic Forum, the Travel & Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of Turbulence,** (https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_Full Report.pdf accessed: December, 2010.
24. **World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011,** http://www.ftnnews.com/attachments/WEF_TravelTourism Competitiveness_Report_2011.pdf, accessed: May, 2011
25. WTM, **WTM Global Trends Report 2007**.
26. WTM, **WTM Global Trends Report 2009**
27. http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm,accessed: march 2010
28. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2009**
29. **WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2009**
30. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009**
31. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Saudi Arabia, 2010**
32. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Egypt 2011**
33. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2011.**
34. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Lebanon, 2011**
35. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011**
36. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Syria 2011.**
37. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia 2011**

F- Internet:

١. إذاعة هولندا ، "الإرهاب يهدد السياحة المصرية مجددا"، (http://static.rnw.nl/migratie/www.rnw.nl/hunaamsterdam/mideastafrica/23020901-redirected), accessed: Aug, 2010

٢. أصعب ١٠ سباقات في العالم لــ "أقوى الأقوياء
http://www.tourism.gov.eg/default.aspx, accessed: Jul, 2011

٣. التاشيرة السياحية قصيرة الاجل:
http://www.tunisia.org.ua/ae/travelling/visa/, accessed May, 2011

٤. الجمهورية التونسية، وزارة الثقافة والمحافظة علي التــراث، وكالــة احياء التراث والتنمية الثقافية:
http://www.patrimoinedetunisie.com.tn, accessed: May, 2011.

٥. المركز المصري لدراسات التصدير والاستيراد، الية فض المنازعات التجارية في منظمة التجارة العالمية
http://www.ecsei-eg.com/WTO%20Dispute%20settlement.pdf, accessed: Jul. , 2011

٦. المعهد العربي للتخطيط، احمد طلفاح ، "اتفاقية الجات و نتائج دولة أورجواي: "
www.arab-api.org/course31/pdf/P5628-1.pdf), accessed: Sept., 2010

٧. المملكة المغربية، برنامج واحة تافيلاليت :
http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=72&cont=341, accessed:Jun, 2011

٨. المملكة المغربية، وزارة الشئون الخارجيــة والتعــاون، تاشــيرة الدخول الي المغرب :
www.maec.gov.ma/arabe/guide.../visasar.htm, accessed: May, 2011.

٩. المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الايسيسكو)، اســتراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي:
http://www.isesco.org.ma/arabe/strategy/documents/Strat%C3%A9gieTourisme%20Arb-%204.1.pdf, accessed: May 2011.

١٠. المهرجان الدولي الرابع لثقافة الواحات بفكيك :
http://www.maghress.com/alittihad/108624 accessed: Jul, 2011
١١. الموقع الرسمي لمنظمة العمل العربية:
http://alolabor.org, accessed: May, 2011.
١٢. الموقع الرسمي لمنظمة المدن العربية:
http://www.ato.net/, accessed: May, 2011.
١٣. الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، العلاقات المصرية التونسية
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=1672, accessed: May, 2011
١٤. الهيئة العامة للاستعلامات المصرية ،العلاقات المصرية المغربية:
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=135, accessed: May, 2011.
١٥. الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي :
http://www.egypt.travel
١٦. تاشيرات الدخول والسياحة:
www.egypty.com/ahaleena/**visa**/index.htm, accessed: Apr., 2011
١٧. توقيع اتفاقية تعاون وترويجى سياحى بين المغرب و تونس، مجلة المسلة الاليكترونية:
www.almasallanews.com/News-2532.html, accessed: May, 2011.
١٨. جبال المغرب.. ثلوج للرياضات الشتوية وشلالات لربط المرتفعات بالسهول:
http://www.sfari.com/forums/sfari9/travel19630/, accessed: Jul, 2011.
١٩. جمعية رجال الاعمال المصريين، اجتماع لجنة السياحة: ٢٠١١/١/٢٦
www.eba.org.eg/PortalFiles/ebaevents/Committee_meetings/to260111. do, accessed: Jun., 2011.
٢٠. عدنان الهياجنة، الصراعات الداخلية في العالم العربي :رؤية مستقبلية:
http://www.aljazeera.net, accessed: Aug, 2010

٢١. فادي خلف، "الازمة المالية العامية و انعكاساتها علـــي المنطقـــة العربية:
http://css.escwa.org.lb/edgd/1012/session1/6.ppt, accessed: Sept, 2009.
٢٢. فتح السماء المفتوحة أو السماء في تونس:
http://maghrebinfo.actu-monde.com/ar/archives/article8029.html, accessed: Jul, 2011.
٢٣. لغة التجارة –قائمة بالمصطلحات التجارية:
http://www.america.gov, accessed: May, 2009.
٢٤. مرصد الإرهاب، تقرير يكشف كارثة بشرية بمقتل الآلاف وهجرة الملايين من العراقيين و تفشي الاغتيال الطائفي،
(www.alerhab.net), accessed: Aug., 2010
٢٥. مصطفى مجدى الجمال، الشراكة الأورو متوسطية :
www.aarcegypt.org/admin/upload/docs/alcharaka.doc, accessed: Oct, 2009.
٢٦. موقع العربية بتاريخ 22ابريل 2009:
www.alarabiya.net/
٢٧. موقع الهيئة المصرية العامة للمعارض والمؤتمرات :
http://www.cairofair.com/ar/index.php?id=80, accessed: Apr., 2011.
٢٨. مشروع الشراكة الأورو متوسطية : لتعـــاون الاقتصـــادى أكثـــر الجوانب تقدماً:
www.dw-world.de/dw/article/0,,1789193,00.html, accessed: Oct. 2009.
٢٩. ملخص بشأن اتفاق التجارة فى الخدمات:
www.tas.gov.eg/NR/rdonlyres/...D813.../SummaryofGATSArabic.doc, accessed: Sep. 2010.
http://www.maroc.ma/NR/rdonlyres/D4E2AD9F-95CF-434D-8008-B6DFE8812DE1/8649/BO5952A.pdf, accessed: Jul, 2011
٣٠. هشام شوقي، "عبد النور :١٩٪ حجم تراجع السياحة فى يوليـــو"، المصري اليوم، العدد 2610، بتاريخ السبت 6اغسطس ٢٠١١:
http://www.almasry-alyoum.com/article2.aspx?ArticleID=306255, accessed: Aug.2011

٣١.وزارة الداخلية المصرية، مصلحة الجوازات والهجرة والجنسية، تاشيرات دخول البلاد:
www.moiegypt.gov.eg/Arabic/Departments../Visa, accessed: May, 2011
32. Carol Southall, Family Tourism, http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Family+Tourism, accessed:Mar. 2011.
33. Central Intelligence Agency, the world fact book, https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook, accessed: May, 2011.
34. ftnnews.com:
35. Holiday Decision Making: The Family Perspective http://egyptexcursions.net/private-excursions-daytrips/84-egypt-halal-tours-egypt-halal-friendly-muslim-tour-packages
36. http://egypthalaltours.com, accessed: May 2011.
37. http://www.actionha.net/articles/4069, accessed: Jul, 2011
38. http://www.arabafricantours.com, accessed: May 2011.
39. http://www.arabyouth.info/IMG/cultureAR.pdf, accessed: September. 2010
40. http://www.downloadit.org/free_files/file12345678910111213141516171819202122232425262 7Pages%20from%20Chapter%204.pdf, accessed: May, 2011
41. http://www.egypt.travel, accessed: Mar., 2011.
42. http://www.egyptair.com, accessed: Apr 2011.
43. http://www.ehow.com/how_4554466_overcome-language-barriers-traveling.html, accessed: Aug., 2010.
44. http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Holiday+Decision+Making%3A+The+Family+Perspective , accessed : Apr., 2011.

45. http://www.region-meknes-tafilalet.ma/portal/media-type/html/user/anon/page/touristeAr1.psml?noteId=3217,accessed:Jul, 2011.
46. http://www.takethefamily.com, accessed: Apr., 2011.
47. http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/CODIGO_PASAPORTEING.pdf, accessed: May., 2011.
48. http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm, accessed: mar. 2010
49. http://www.youtube.com/watch?v=hd=ufnguh4&feature=share,accessed: Jun.2011.
50. Mesic, M., "The perception of Islam & Muslims and the responsibility of European Muslims towards the media", (www.culturelink.org/conf/dialogue/mesic.pdf), accessed: Aug, 2010.
51. Muslim Tourist Information
52. www.southaustralia.com/.../Muslim_Tourist_Information_on_South_Australia_Jan_083.pdf, accessed: Jan, 2011.
53. Profiling a boon for 'Muslim-Friendly' countries www.bangkokpost.com/.../profiling-a-boon-for-muslim-friendlycountries,accessed: Jun 2011
54. Responsible/ethical tourism. (http://bctf.ca/GlobalEd/TeachingResources/2006Secondary/PDF/ResponsibleEthicalTourism.pdf), accessed: Apr, 2011.
55. Responsible Travel.com
56. Social media, http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media , accessed : Apr. , 2011.
57. Tourism to Morocco suffers after terror attack , afrolnews.com, accessed : Aug., 2010.
58. Visit Britain Evaluation Unit, Family Tourism, http://www.visitbritain.org, Accessed: Mar, 2011.

59. www.alarabonline.org/previouspages/Alarab%20Daily/2010/04/.../p10.pdf, accessed: Apr., 2011.

60. www.saaid.net/feraq/mthahb/75.htm, accessed: Sept., 2010.

61. Wikipedia.org
http://wtd.unwto.org/sites/all/files/docpdf/egyptministermessage.pdf,accessed: Oct, 2011.





مؤسسة شباب الجامعة
40 ش د / مصطفى مشرفة
تليفاكس :4839496 الإسكندرية
Email:shabab_elgamaa@yahoo.com